

MESTRADO  
CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - ESPECIALIZAÇÃO EM CULTURA, PATRIMÓNIO E CIÊNCIA

# A influência dos média na participação política do público jovem em contexto europeu.

Carla Patrícia Ruivo da Costa

**M**

2018



**Carla Patrícia Ruivo da Costa**

**A INFLUÊNCIA DOS MÉDIA NA PARTICIPAÇÃO POLÍTICA DO PÚBLICO JOVEM  
EM CONTEXTO EUROPEU**

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, orientada pela  
Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo

Faculdade de Letras da Universidade do Porto

Setembro de 2018



# A influência dos média na participação política do público jovem em contexto europeu.

Carla Patrícia Ruivo da Costa

Dissertação realizada no âmbito do Mestrado em Ciências da Comunicação, com especialização em Cultura, Património e Ciência, orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo

## Membros do Júri

Professora Doutora Helena Laura Dias de Lima  
Faculdade de Letras - Universidade do Porto

Professor Doutor Pedro Daniel Tavares Ferreira  
Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação – Universidade do Porto

Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo  
Faculdade de Psicologia e Ciências da Educação - Universidade do Porto

Classificação obtida: 17 valores



*Dedico esta dissertação aos meus avós, companheiros de vida e pessoas que nunca esquecerei. À minha mãe, porque foi contigo que aprendi a ser forte. Ao meu pai, porque sem ti nunca teria chegado onde cheguei. Porque foram todos vocês que me ensinaram a lutar pelos meus objetivos e a ser feliz.*



## Sumário

Declaração de Honra .....	10
Agradecimentos.....	11
Resumo.....	13
Abstract .....	14
Índice de quadros .....	16
Lista de abreviaturas e siglas.....	18
Introdução .....	19
Primeira Parte – Entre os média e a política: apontamentos sobre as trajetórias da literatura ....	22
I.    Acerca das trajetórias da literatura .....	23
1. Entre os média e a política: apontamentos sobre as trajetórias da literatura .....	23
2. A política dos jovens e as origens da informação .....	24
3. A problematização dos média na sociedade jovem .....	27
4. A participação, os média e os jovens cidadãos.....	30
Segunda Parte – Delineando o objetivo de estudo: entre a informação e a investigação .....	34
II.    Delineando o objetivo de estudo .....	35
1. Delineando o objetivo de estudo: entre a informação e a investigação .....	35
2. Primeiro estudo: análise de notícias em dois jornais de referência .....	36
3. Segundo estudo: discussão dos dados – a visão de jornalistas e políticos.....	37
Terceira parte – Análise de uma amostra de produção noticiosa sobre jovens, política e Europa em dois jornais de referência.....	39
III.    Recolha e análise de notícias de âmbito digital.....	40
1. Os contextos e processos de recolha de notícias .....	40
2. A caracterização do corpus da análise .....	41
3. A caracterização do conjunto de dados .....	45
4. Uma visão global das temáticas emergentes .....	49
Quarta Parte – Da discussão de resultados a uma ligação conclusiva: política, média e educação .....	53
IV.    Análise, explicação e desfecho do estudo .....	54
1. Introdução à análise das entrevistas .....	54
2. Visões dos média, dos jovens e da política .....	56



3. Conclusões e perspectivas .....	82
Considerações finais.....	85
Referências bibliográficas .....	88
Anexos.....	92
Anexo 1 – Guião para entrevistas.....	93
Anexo 2 – Cartas de Consentimento Informado .....	95
Anexo 3 – Transcrições das Entrevistas.....	99

## **Declaração de Honra**

Declaro que a presente dissertação é de minha autoria e não foi utilizado previamente noutro curso ou unidade curricular, desta ou de outra instituição. As referências a outros autores (afirmações, ideias, pensamentos) respeitam escrupulosamente as regras da atribuição, e encontram-se devidamente indicadas no texto e nas referências bibliográficas, de acordo com as normas de referenciação. Tenho consciência de que a prática de plágio e auto plágio constitui um ilícito académico.

Porto, Setembro de 2018

Carla Patrícia Ruivo da Costa

## **Agradecimentos**

Sempre tive noção de que iria necessitar da ajuda das melhores pessoas para que a presente dissertação pudesse ser concretizada. Sei que sem esse apoio, não chegaria tão longe e esta investigação não teria sido possível sem nenhum dos que me acompanharam e continuam a acompanhar até este preciso momento. Desde o início do mestrado que contei com a segurança e o auxílio de inúmeras pessoas. Sem os vossos contributos, esta investigação não teria sido possível.

O meu profundo agradecimento à Professora Doutora Isabel Menezes, orientadora da presente dissertação, a qual agradeço todo o apoio, disponibilidade, partilha de saberes e pela sua valiosa colaboração para a presente tese de mestrado. Acima de tudo, obrigada pelo estímulo e por me ter acompanhado ainda antes desta jornada e por me motivar sempre pela procura do conhecimento.

Devo também o meu agradecimento ao Mestre Filipe Galvinas Piedade pela cooperação com o projeto inicial e por toda a disponibilidade em ajudar.

O meu agradecimento irá, principalmente, para a minha família. O maior sentimento de gratidão irá para meus pais que sempre se mantiveram do meu lado, mesmo nos piores dias, e que sei continuarão a apoiar-me em todos os meus projetos e ambições futuras. Sei que sem vocês nunca teria chegado tão longe, por isso são vocês que merecem toda a admiração. Para o meu irmão, o meu braço direito desde sempre, a pessoa que me apoia incondicionalmente e em qualquer lugar. Para o meu namorado, pela paciência e compreensão e pelo carinho que me dá, mesmo nos piores dias.

À Elisa e à Natalie devo um forte agradecimento por me ajudarem a encontrar as melhores pessoas para entrevistar, sem a vossa ajuda teria sido impossível. A todos os entrevistados, cujos nomes não divulgarei por motivos de confidencialidade, agradeço pela vossa disponibilidade, amabilidade em receber-me e pela vossa vontade em ajudar-me sempre que necessitei.

Por fim, o meu profundo agradecimento a todas as pessoas que contribuíram, de um modo ou de outro, que tornaram possível a concretização da presente dissertação e que contribuíram de forma constante para uma estimulação intelectual e emocional. Sem a vossa ajuda, nada disto teria acontecido. A todos o meu sincero muito obrigada.

## Resumo

A presente dissertação tem como objetivo a compreensão de uma possível influência dos média na participação cívica e política de jovens em contexto europeu por meio de um trabalho de investigação que envolveu a análise de notícias de jornais e a sua discussão com especialistas. Num primeiro estudo foram recolhidas e analisadas notícias de jornais impressos e online, uma recolha de dados fundada no projeto Catch EyoU, mas ampliada temporalmente para incluir dois períodos adicionais, contemplando assim uma recolha de 2014 a 2017; um segundo estudo envolveu quatro entrevistas semiestruturadas a pessoas direta ou indiretamente ligados à política e à comunicação e participação política, tomando como ponto de partida a discussão e análise dos dados do primeiro estudo.

A investigação baseia-se na análise das formas como os meios de comunicação social podem incidir e influenciar a vida quotidiana dos jovens, nomeadamente no campo da política. Nesta vivência quotidiana do público jovem, foram destacados vários fatores como o ambiente político, comunicacional, de mobilização, de participação e, principalmente, os ambientes escolares e familiares. A discussão e análise desta investigação assume uma intersecção entre a influência dos contextos mediáticos e a influência dos contextos educacionais, refletindo acerca da importância do processo educacional dos jovens e dos fatores que podem levá-los a uma maior participação e mobilização voluntária, para além da procura pela informação.

**Palavras-chave:** Comunicação; Jovens; Influência dos média; Política; Participação.

## **Abstract**

The purpose of this dissertation is to understand the possible influence of the media on the civic and political participation of young people in a European context through a research that involved the analysis of newspaper news and its discussion with experts. In a first study, news from print and online newspapers were collected and analysed - this data collection was based on the project Catch EyoU, but was extended to include a period from 2014 to 2017; the second study involved four semi-structured interviews periods to individuals directly or indirectly linked to politics and communication and political participation, taking as a starting point the discussion and analysis of data from the first study.

This research analyses how the media can influence the daily lives of young people, in particular what influence media may have on the younger generation in the field of politics. In this daily experience of the young public, several factors were highlighted such as the political environment, communication, mobilization, participation and, especially, school and family contexts. The discussion and analysis of this research assumes an intersection between the influence of media contexts and the influence of the educational contexts, reflecting on the importance of the educational process of the young people and the factors that can lead them to greater participation and voluntary mobilization, beyond information.

**Keywords:** Communication; Young people; Influence of the media; Politics; Participation



## Índice de quadros

Quadro. 1	Número de artigos contidos na amostra de 2014 a 2017 (pág. 40).
Quadro. 2	Quadro de percentagens – Número total de notícias positivas e negativas (pág. 41).
Quadro. 3	Percentagens e valores totais referentes a atores jovens em todo o estudo (pág. 42).
Quadro. 4	Número de palavras-chave pré-definidas usadas para pesquisa de notícias – valores finais (pág. 44).
Quadro. 5	Número de palavras-chave pré-definidas – Valores por anos para cada jornal (pág. 46).
Quadro. 6	Grelha de Análise: Representação negativa dos jovens pelos média – Motivos Gerais (pág. 55).
Quadro. 7	Grelha de Análise: Representação negativa dos jovens pelos média – Motivos face à política (pág. 57).
Quadro. 8	Grelha de Análise: Representações da política – Motivos gerais negativos (pág. 59).
Quadro. 9	Grelha de Análise: Representações da política – Motivos gerais positivos (pág. 61).
Quadro. 10	Grelha de Análise: Representações da política – Consequências (pág. 63).
Quadro. 11	Grelha de Análise: Métodos de trabalho dos média – Geral (pág. 64).



Quadro. 12	Grelha de Análise: Métodos de trabalho dos média – Possíveis consequências (pág. 67).
Quadro. 13	Grelha de Análise: Participação política dos jovens – Importância (pág. 68).
Quadro. 14	Grelha de Análise: Participação política dos jovens – Fatores de mobilização (pág. 70).
Quadro. 15	Grelha de Análise: Afastamento dos jovens dos média – Afastamento (pág. 72).
Quadro. 16	Grelha de Análise: Afastamento dos jovens dos média - Fatores de mudança (pág. 74).
Quadro. 17	Grelha de Análise: A importância da educação – Escolar (pág. 77).
Quadro. 18	Grelha de Análise: A importância da educação – Familiar (pág. 78).

## **Lista de abreviaturas e siglas**

P3	Jornal Público
JN	Jornal de Notícias
EU	União Europeia
EU	European Union
Ref	Referência
Catch-EyoU	Constructing Active Citizenship with European Youth
WP	Work Package

## **Introdução**

O ponto de partida para este estudo foi o interesse sobre o papel do jornalismo na cidadania de jovens: como são os jovens e a sua participação social, cívica e política representados nos média profissionais (jornais e jornais online) e em que medida isso pode influenciar a sua própria cidadania? Para o desenvolvimento do estudo em questão, compreende-se que existe uma certa impossibilidade de compreender a condição em que se encontra o jornalismo. Reconhece-se a necessidade de entender os modos de inserção, de comportamento, envolvimento e de interesses dos indivíduos interligados à ação política e que permitem, assim, compreender a sua interação entre os média e os cidadãos mais jovens. O jovem, enquanto cidadão, é uma pessoa que possui um conjunto de direitos e, ao mesmo tempo, um conjunto de deveres que o tornam um elemento ativo para a evolução, desenvolvimento e aperfeiçoamento da sociedade em que se insere, detendo o poder de participação cívica e política ativa no espaço público e fazendo livremente as suas escolhas. A participação ativa do jovem em questões pertinentes da sociedade em geral torna-se num fator de elevada importância numa democracia, sustentada nessa participação alargada e no respeito pela diversidade que caracteriza o ambiente social e multicultural da atualidade (Sullivan e Transue, 1999: 625-650). Por essa razão, considera-se necessária uma compreensão mais aprofundada dos modos de integração, dos comportamentos, da participação e dos interesses dos jovens. É importante gerar uma compreensão dos modos de participação cívica e política dos jovens inseridos no seu meio ambiente, onde os média detêm um forte poder de influência desde a imprensa escrita e online até à comunicação através das redes sociais.

Como forma de compreender o envolvimento dos média na participação cívica e política dos jovens, torna-se imprescindível entender o que leva este grupo de indivíduos a determinados comportamentos em participar, de forma ativa ou não, em ambientes políticos cuja comunicação é constantemente executada através dos meios de comunicação social (Brites, 2015: 14). Daí a necessidade de entender quais os discursos mediáticos perante os jovens, de que forma exercem a sua influência e o modo como apresentam os cidadãos mais jovens perante a sociedade, expondo interpretações e

finalidades da política em junção com os média que podem ser descritas como individualistas, participativas e sociais (Martino, 2011: 138-141). Ou seja, trata-se de compreender como os média incluem os jovens nas notícias apresentadas aos cidadãos, possibilitando a que o público em geral forme determinada opinião, relativa à geração jovem, e considerando ainda como as referências à política e à União Europeia incluem, ou não, referências a jovens.

Reconhece-se, assim, um papel central dos média entre a política e os cidadãos, tendo o poder de decodificar factos dos processos políticos e da representação dos mesmos perante os públicos, em especial os que estão numa importante fase de reconhecimento e afirmação de si próprios como atores sociais e políticos: os jovens. Esta capacidade dos média constitui-os como um quarto poder que é, deste modo, assumido como um elemento restaurador do poder do público, embora seja necessária uma análise aprofundada da informação fornecida que, resultado do seu forte crescimento, poderá colocar em causa a qualidade das democracias, alimentando os cidadãos com factos e opiniões acerca do poder político (que assentam representações, imagens ou estereótipos) (Lopes, 2015: 25-29). Possuem, portanto, a força para educar o público, incidindo mais fortemente sobre cidadãos mais jovens. Expõe-se, deste modo, uma eventual chance de os média manterem um determinado controlo sobre os cidadãos e algum condicionamento do poder político que estes possam vir a ter.

A presente dissertação estrutura-se em quatro capítulos: um primeiro referente à relação entre os média e a política, apresentando uma revisão da literatura sobre os meios de comunicação, a relação entre o ambiente político e os jovens e a problematização dos média para a geração jovem, nomeadamente no modo como a comunicação social representa negativamente esta geração. Num segundo capítulo apresenta-se a delineação do objetivo de estudo que passa pela compreensão e análise de dados recolhidos a partir de temas como política, participação, jovens e cidadania, de forma a aprofundar os problemas que os jovens enfrentam com as formas de representação por parte da comunicação social, para além das formas em como a política é apresentada a esta geração. Num terceiro capítulo é apresentado o estudo que envolveu a recolha e análise de notícias de dois jornais de referência, um tradicional e outro online, ao longo de seis períodos (eleitorais) distribuídos por três anos. O quarto e último capítulo envolveu a

realização e análise de conteúdo de entrevistas, apresentando a discussão de resultados e possíveis conclusões, bem como a identificação de possíveis pistas de investigação futura.

**Primeira Parte – Entre os média e a política: apontamentos  
sobre as trajetórias da literatura**

## **I. Acerca das trajetórias da literatura**

*“As pesquisas em torno da temática juvenil têm crescido consideravelmente nos últimos anos, o que nos faz pensar que a juventude tem se constituído e se firmado enquanto campo teórico de grande interesse social. (...) Há uma significativa parcela de estudos que trazem o debate em torno das categorias juventude e política, sendo possível perceber a prevalência de discussões que associam juventude mais precisamente à temática da participação.”*

(Mesquita, Bonfim, Padilha e Silva, 2016: 289)

### **1. Entre os média e a política: apontamentos sobre as trajetórias da literatura**

São muitas as concepções, artigos, notícias e especulações referentes à ligação existente entre os média, o público jovem e a política (Lopes, 2015: 6), nomeadamente a participação e interesse políticos da presente geração. As relações entre os média e a política ocupam definitivamente um lugar central nas pesquisas sobre os meios de comunicação, com os estudos tanto no campo político quanto no espaço dos média, durante o século XX, a acentuarem vários aspetos desta relação (Martino, 2011: 137).

A revisão da literatura centrou-se sobre a participação política dos cidadãos, maioritária e principalmente dos jovens, os assuntos políticos abordados, os média, as fontes de obtenção de informação, os meios de comunicação utilizados e a possível influência originada em ambiente comunicacional. A revisão no campo da política e dos média e, particularmente, tendo em consideração a participação dos jovens cidadãos, aponta para uma necessidade de aprofundamento da discussão em redor de vários aspetos teóricos e metodológicos. De um modo geral, a esfera política está repleta de exemplos que demonstram a força de atuação dos média – antes, durante e depois da ação – produzindo panoramas de controvérsia, talvez contaminando informações que podem

potencialmente influenciar decisões de âmbito político dos cidadãos (Moreira, Araújo e Sousa, 2017: 5).

Ainda dentro da perspetiva dos estudos relativos à área da comunicação simultaneamente sobre o espaço político, revelou-se a importância da obtenção de informação credível sobre os assuntos abordados de âmbito político e atividades a este ligadas, de forma a que, desse modo, seja a possível tomada de decisões por parte dos cidadãos, de um modo racional e apoiado fiavelmente pela informação apresentada (Sebastião e Lourenço, 2016: 125). Contudo, verifica-se que, devido às alterações do meio mediático – incitadas pela evolução tecnológica e pelo surgimento e evolução de conteúdo *online* (e do número elevado de plataformas de âmbito digital) – vemos uma multiplicação cada vez mais abundante de fontes de informação disponibilizadas ao público e a probabilidade de estas se transformarem num espaço amplo de informação não verificada (Sebastião e Lourenço, 2016: 126). Se o género de informação consumido pela população se submeter aos interesses e à participação por parte destes mesmos cidadãos, passa a ser essencial a perceção de todas as fontes de informação que são utilizadas e a opinião adquirida sobre estas, particularmente sobre os meios digitais, *online* e *offline*, que se apoderam diariamente da rotina dos jovens. Como consequência, o uso de meios de obtenção de informação que não fazem parte da comunicação social, nomeadamente as redes sociais, tornam-se alvo de uma maior apreciação jovem – o mundo das redes sociais torna-se cada vez mais essencial ao suposto conhecimento – mesmo para a obtenção de informação de âmbito político, tendo como efeito uma possível crise da imprensa através da falta de envolvimento por parte do público jovem (Dias, 2014: 10-12). Porém é possível questionar se estarão os jovens interessados em obter informação pelos média e, como efeito do tipo de conteúdo da informação apresentada, estarão estes a fugir aos meios de comunicação mais tradicional? Será o conteúdo apresentado o “inimigo” dos jovens cidadãos?

## **2. A política dos jovens e as origens da informação**



Na relação entre o público jovem e a política, o foco mais evidenciado envolve a discussão acerca de notórios sinais de inatividade e indiferença por parte dos jovens do tempo atual em relação à política, acentuando a sua invisibilidade e abrindo a possibilidade a que esta reação de não-participação permita o contágio coletivo perante esta geração (Mattos e Marcos, 2013: 478). Mas, apesar desta possível apatia, encontram-se também vários estudos que mostram a diversidade de formas de participação juvenil desde aqueles que pertencem a organizações estudantis e partidos políticos, aos que se focam no trabalho social e voluntário, abrindo a possibilidade de uma participação ativa capaz de conquistar a independência por parte dos jovens (Mattos e Marcos, 2013: 479). A literatura sugere que as possíveis causas de participação por parte dos jovens se devem a motivos caritativos, em especial nas atividades de voluntariado, mas que a entrada nos partidos políticos ou em movimentos estudantis pode decorrer da provável ligação a uma realidade social mais vasta (Castro, 2008: 257). É notório que a geração jovem tem em consideração a falta de oportunidades cada vez mais amplificada devido a desigualdades de âmbito social, desigualdades essas que são mostradas em vários meios de comunicação – mídia e redes sociais – visível a todos os cidadãos e, normalmente, com pouco apoio governamental e até mesmo da própria sociedade. Então a ignorância, ou a opção pelo desconhecimento, torna-se assim o ponto mais requisitado pelos cidadãos jovens e de um modo geral na sociedade, juventude esta que é declarada como uma geração que usa de forma constante a imparcialidade pelo mundo social, optando pela informação fácil, rápida e incrível do mundo virtual (Castro, 2008: 262).

Na sociedade atual, as pessoas, nomeadamente os mais jovens, tornam-se agora cada vez mais propensas ser produtoras e transmissoras da mais variada informação (Helsper e Enyon, 2009: 14), sendo que à medida que várias experiências de nível global avançam em prol da sociedade consumista, também o poder presenteado pela comunicação digital *online* e *offline*, passa a ser partilhada pelas redes, permitindo a passagem de informação de forma mais rápida e ampla (Rosa, 2016: 204-205). Os média deparam-se agora com um ajuste ao domínio que mantinham sobre sociedade, encontrando-se atualmente dissuadidos da apresentação da informação transmitida aos cidadãos, informação essa que, atualmente, se forma através de conteúdo gerado pelos

próprios cidadãos, estando estes a um nível completamente aparte que permite novas resoluções, conceções e especulações acerca das suas próprias experiências, sobretudo de âmbito político, mantendo-se fora do alcance da informação mediática e reivindicando os seus próprios pareceres, ou seja, hoje em dia o cidadão, ao não encontrar a informação necessária às suas necessidades nos meios de comunicação social, tomou a opção de criar os seus próprios conteúdos (Salman, Ibrahim, Faridah, Yusof, Mustaffa e Mahbob, 2011: 3). Apesar da internet poder ser empregue como fonte de informação credível para ambas as posições – para passagem de informação a cidadãos e para colocação de informação pelos média –, esta tornou-se num mundo onde é praticamente impossível o controlo, demonstrando assim ao público que este é completamente livre de apresentar ideias de forma gratuita e acessível. Tendo em conta o presente paradigma, considerará o público jovem a necessidade da obtenção de informação através dos média tradicionais? A essência da Internet revelou a hipótese dos jornais *online* se focarem neste meio devido a uma maior facilidade e aos baixos custos, embora a presença *online* necessite de ser financiada por uma sociedade que não pretende pagar pela leitura de notícias, ou seja, como resultado vamos obter novos meios de comunicação que passarão a negociar o tipo de notícia a ser publicado com a qualidade passível de ser paga pelo utilizador, neste caso o utilizador jovem, permitindo a união dos jornais tradicionais com os jornais *online* (Salman, Ibrahim, Faridah, Yusof, Mustaffa e Mahbob, 2011: 8).

Observa-se na comunidade atual um ritmo estrondoso de informação, sendo possível abordar as fontes de informação consideradas como redes de sujeitos e/ou locais capazes de fornecer dados acerca de várias questões sociais e, especialmente, políticas que passam a ter o poder de influência perante os cidadãos submersos no universo virtual (Miguel, 2002: 162-163). Os jovens têm vindo a ser submetidos e inseridos cada vez mais neste mundo virtual, sendo involuntariamente excluídos de outras áreas possivelmente mais importantes, áreas tais como a política. Encontram-se reações similares perante a opinião política, embora seja possível apurar de que a geração jovem não se encontra suficientemente familiarizada e introduzida na política, passando deste modo a ser representada por jovens menos preocupados (Quintelier, 2007: 165), com menor interesse em estudar política, com elevada falta de participação em atividades políticas e também

com baixos níveis de interesse político. Os próprios média apoiam e revelam as situações acima mencionadas, demonstrando discursos negativos acerca da geração jovem (Quintelier, 2007: 165-166). Porém, estarão os jovens a fazer assim um “trabalho tão mau” que justifique que toda a informação divulgada se refira aos jovens de forma tão negativa?

Compreende-se que toda a participação, ou a falta desta, se pode dever a uma falta de educação cívica ou de educação para a cidadania das crianças, uma educação que permitisse aos jovens de hoje comunicar de forma livre e deterem um sentido de participação em matérias e atividades políticas como algo que faça parte da sua vida escolar desde cedo. Logo, poderiam utilizar também em prol do conhecimento cívico e político a liberdade oferecida pela sociedade de usar todos os recursos disponíveis, quer seja através da pesquisa que os média disponibilizam, quer seja através de outros meios. Naturalmente, com a utilização das várias ferramentas oferecidas pelo mundo virtual, a procura pela informação poderá também ser condicionada por várias questões que implicam a educação, a raça, a etnia, a economia, a política e a própria sociedade (Sebastião e Lourenço, 2016: 126). Em suma, a obtenção de informação por parte dos jovens cidadãos passa por vários patamares, desde a passagem pela opção de escolha e conhecimento pessoal – através de amigos, familiares ou entes mais próximos –, para as relações mais impessoais interligadas a várias fontes de informação credível e não credível – através dos média, organizações e redes sociais – e também a passagem por ambos os patamares que se fazem representar pela obtenção de informação através de relações mais próximas em comparação com informação recolhida através de outras plataformas comunicacionais. É aqui de destacar uma fonte de informação mais ambígua capaz de superar as restantes, normalmente utilizada para campanhas políticas e, principalmente, no dia-a-dia para a passagem de informação e para a mobilização dos cidadãos: a *world wide web*.

### **3. A problematização dos média na sociedade jovem**

Já se tornou habitual a aceitação do poder por parte dos média, um poder que, de certo modo, poderá ser usado tanto para o bem como para o mal e que, no caso de falha de um controlo apropriado, torna-se provável que assuma um carácter negativo (Srygley, 1978: 526). Tornou-se, também, de certo modo difícil usar alguma proteção em prol das crianças e dos jovens de possíveis (más) influências do mundo quando a comunicação em massa se infiltra de forma constante nas nossas vidas e torna-se assim como algo pertencente do nosso dia-a-dia, algo habitual que levará rumo na nossa existência como um bem essencial (Srygley, 1978: 526-527). Existem diversas preocupações no que toca ao envolvimento dos média na sociedade jovem, inquietações essas que se focam maioritariamente em como esta comunicação pode afetar crianças e jovens no tempo presente e futuro. Contudo, é perceptível que, mesmo com toda a negatividade envolvente nos média, a informação e a comunicação continuam a ser meios básicos necessários à evolução da sociedade, quer da parte jovem quer da parte adulta, permitindo que a comunicação de massas seja vista para além dos possíveis efeitos negativos em crianças e jovens devido à liberdade proporcionada pela comunicação (Lopes, 2015: 8).

É notória a alteração e a problematização por que os média têm vindo a passar, nomeadamente nos dias que correm, devido à divisão da sociedade em tentar compreender se os presentes meios de comunicação ainda mantêm o seu foco na passagem de informação ou se estes se encontram sob outros poderes, criando uma ténue barreira capaz de dividir os média como fonte essencial de obtenção de informação – quer esta seja positiva, quer seja negativa – para com a possível manipulação por parte de outras entidades, levando a uma simples mas importante questão que engloba a possibilidade dos meios de comunicação social informarem a sociedade de acordo com as intenções políticas de entidades superiores (Moreira, Araújo e Sousa, 2017: 21). Não se trata, contudo, de uma matéria e questões que se procura esclarecer presentemente com a análise da literatura, mas antes compreender o modo como a comunicação social se implementa da geração jovem e se esta poderá proporcionar alguma influência ou até, numa provável situação a abordar de seguida, se esta se tem vindo a tornar cada vez menos importante na vida dos jovens.

Apesar da evidente confusão entre o poder que os média detêm e o poder político,

compreende-se que os meios de comunicação social se tornaram numa ferramenta de influência, de ação e de deliberação indiscutíveis, apesar da concorrência que têm vindo a sofrer com cada vez mais intensidade. A pressão dos outros meios de comunicação é de tal forma rápida e quase indispensável à sociedade jovem que se torna, de certo modo, tarefa obrigatória aos média atrair o público com informação cada vez menos elucidativa, informação essa que permite oferecer novas fontes onde se pode encontrar um interesse comum, um interesse que cada vez mais se foca no quotidiano da vida privada das pessoas, futebol e outros assuntos escandalosos (Lopes, 2015: 32). Envergando diariamente numa vertente cada vez mais comercial, os média deparam-se agora no meio de uma batalha entre os meios de comunicação social e as redes sociais, redes estas que permitem que os jovens tenham uma maior tendência à participação política, cívica e social do que através dos meios mais convencionais. Contudo, é necessário compreender como são utilizadas as novas tecnologias e o porquê de serem utilizadas pelos jovens, compreendendo-se assim que a geração jovem tem uma maior tendência de manifestação pelos meios online do que presencialmente (Dias, 2014: 12), conduzindo deste modo à percepção de que a influência dos meios de comunicação em massa – tanto por parte dos média como das redes sociais – se transpõe como algo real tanto para a geração jovem como para a geração adulta.

Abrangendo o tempo atual onde a oferta mediática é cada vez mais variada e onde se verifica a obtenção de informação pelas mais variadas redes, o foco de interesse passa principalmente pela forma como os média são organizados e utilizados no quotidiano dos jovens, transparecendo assim a problematização por que estes passam devido à grande afluência jovem em prol da internet, sendo também possível abranger o uso desta cada vez mais cedo pelos jovens, nomeadamente as crianças (Cardoso, Espanha, Lapa e Araújo, 2009: 2). Tendo em conta a presente situação, nota-se que o maior problema se deve ao estilo de vida cada vez mais tecnológico das famílias, permitindo cada vez mais a entrada de todo o tipo de conteúdo dentro das suas casas, nomeadamente conteúdo que apela à violência e principalmente ao uso excessivo das redes, da televisão, do telemóvel e, como fator único e diferencial, ao uso da internet. De um modo geral, já se encontra assente a ideia de que o digital está a facilitar a explosão da geração mais jovem (Moreira,

Araújo e Sousa, 2017: 195) que se caracteriza pela utilização em rede e pela sua organização em modo multitarefa dos vários média. Não se pode pedir ao público jovem para realizar uma única tarefa quando este procura fazer várias em simultâneo, desde que essas tarefas passem, claro, pelo uso da internet, da música, da televisão, conversar em plataformas online, usar aplicações móveis, comentar fotografias, ver vídeos ou navegar pelas redes em busca do amigo perfeito (Cardoso, Espanha, Lapa e Araújo, 2009: 4). Apesar de toda a correria *online* por parte da geração jovem, pode-se concluir que estes são capazes de usar os média como espaços para obtenção alguma autonomia, ou seja a recolha de informação, a instrução e o crescimento pessoal através da informação colocada pelos meios de comunicação social em plataformas de fácil acesso a esta geração. Compreende-se assim que a problematização dos média não passa pelas crianças e jovens que cresceram com as novas tecnologias, mas sim pelo facto de outras gerações optarem pelo uso das tecnologias modernas como passatempo e como um meio credível para obtenção de informação, levando a que a geração jovem seja indicada como uma geração usuária dos meios online apenas para socialização. Os meios de comunicação em massa permitiram a chegada da informação mais rapidamente, inspiram e enriquecem o potencial que a geração jovem poderá ter a nível pessoal e social, implementando desse modo a área política e a participação dos jovens cidadãos.

#### **4. A participação, os média e os jovens cidadãos**

No que toca ao público jovem, habitualmente as pessoas contestam acerca da quase inatividade desta geração, relembrando constantemente a sociedade da possível falta de respeito pelos hábitos mais tradicionais. Encontra-se deste modo também uma reação idêntica entre investigadores ligados à área política que, apesar das notórias contestações relativas à participação jovem a nível político, assumem também que os jovens não se encontram suficientemente envolvidos na política (Quintelier, 2007: 165), tanto no que respeita à intenção de voto como a outras atividades políticas, demonstrando assim que a participação jovem se encontra em forte declínio. Quando se aborda a política, geralmente os jovens são apresentados como seres desinteressados e normalmente indiferentes, sendo

os média uma peça fundamental ao tipo de abordagem negativa a que esta geração se sujeita. Contudo, nem toda a geração jovem se encontra perdida ou possivelmente esta geração não se encontra de todo à deriva do mundo político. Talvez os jovens se foquem em pontos mais importantes tais como a aprendizagem e a experiência, pontos esses que inevitavelmente englobam a política devido ao crescimento pessoal, social e educacional, permitindo uma inclusão mais forte perante a sociedade, inserção essa que naturalmente não acontece com tanta facilidade durante o período da adolescência. É necessário então o reconhecimento de que o lugar da geração jovem se encontra em diferentes contextos da restante sociedade, sendo constantemente indicada numa disposição hierarquicamente inferior, sendo assim submetida a vários tipos de domínio e discriminação, acentuando deste modo a invisibilidade dos jovens (Mattos e Mesquita, 2013: 478) perante a sociedade e quaisquer atividades ligadas a esta, inclusive fatores políticos. Um fator importante e merecedor de reconhecimento passa então pela compreensão dos motivos da falta de participação jovem: estará a origem de tamanho desinteresse relacionada com o tipo de informação fornecida através dos média ou será que a falta de participação se interliga à opressão por parte da sociedade em geral?

É necessário abranger o significado de “participação” para os jovens, em que panorama esta se encontra, como se insere na vida destes e o modo como é apresentada. Em contrário da política, a participação tende a ser algo abordado com maior facilidade por parte de gerações mais jovens – quer pelo facto de envolver um ato de comunicação, quer pelo facto de englobar uma possível ação – e é normalmente incluída como algo possível de proporcionar momentos de elucidação pública, de ação, de comunicação para com a sociedade, apelando também aos momentos de incentivo á participação que não abrangem a ação cívica diretamente, nomeadamente as atividades de experiência e conhecimento em ambiente familiar que podem levar a fatores de decisão determinantes (Brites, 2015: 135). Contudo, é notória a diferenciação hierárquica no que toca aos vários patamares na sociedade, transformando uma possível ação jovem numa plena desistência de participação – quer social, quer política – ou, em casos piores, em possíveis perturbações que levam à revolta dos mais jovens. É deste modo compreensível através da literatura que a participação terá de passar obrigatoriamente por uma intervenção

política (Mattos e Mesquita, 2013: 479) e, portanto, atravessará sempre diferentes medidas que vão desde a insatisfação com as desigualdades até a participação no campo social e político. Em suma, que a geração jovem passa constantemente pela necessidade de reconhecimento positivo perante a sociedade.

A discussão que engloba os jovens e a política passa maioritariamente pela suposta decadência da participação jovem em ambientes políticos institucionalizados, – tal como o direito e o dever de votar – meios envolventes esses que, para com a geração mais jovem, não detêm de uma ligação tão forte tendo em conta que se tratam de organizações hierarquizadas e burocratizadas, passando os jovens a optar por experiências políticas não-convencionais, mais persuasivas e informais (Castro, 2008: 255), experiências essas que passam na grande maioria das vezes pelo uso dos novos média e das redes sociais. A comunicação em massa teve várias consequências no que toca à participação social e política, levando a um acordo na sociedade de que os novos média representam a época da mudança, transformação mediática essa que facilitou o acesso à informação política e forneceu novos utensílios e percursos para a expressão política, permitindo o desenvolvimento de novas hipóteses de participação cívica e política. Os média conseguem então ser representados com um meio positivo ao público jovem, um meio que proporcionou também mudanças culturais e as práticas políticas (Kahne, Middaugh e Allen, 2014: 4). Para além dos média tradicionais progredirem para os novos média, existem agora as redes sociais que também se tornaram parte integrante da comunicação da sociedade contemporânea, permitindo o encontro de grupos de indivíduos com interesses idênticos, as fontes de informação e as notícias disponíveis em plataformas dos média, a possibilidade da partilha de ideias – e também o encontro de sujeitos com os mesmos ideais – e os efeitos relevantes ligados à comunicação política (Muntean, 2015: 6) que se interligam diretamente com uso destas redes – *facebook*, *twitter*, entre outros – devido ao forte potencial de uma influência positiva na participação política. Hoje existe a possibilidade de contactar, comunicar e interligar indivíduos com as mais variadas diferenças através das redes, permitindo a aproximação ao público – nomeadamente jovens – para que possíveis ações, campanhas e outros meios de participação detenham deste modo o máximo alcance e potencial da sociedade digital. Assim os ambientes



políticos conseguem abranger o mais variado público, desde gerações mais velhas, através do uso dos média tradicionais, às gerações mais novas, através do uso dos média digitais. Para além da possível influência na participação jovem em situações mais institucionais, as redes sociais têm sido também utilizadas para a mobilização de sujeitos para várias ações de participação pública – desde protestos políticos a manifestações de âmbito social – encorajando deste modo cada vez mais a participação em vários ambientes políticos, institucionais ou não (Muntean, 2015: 8). Contudo, todo este fantástico desenvolvimento digital não implica que toda a geração mais jovem opte pela participação política, sendo necessário um envolvimento político e social para que tal aconteça, envolvimento esse que passa pela relação direta entre jovens e políticos, jovens e média, jovens e a sociedade, ouvir e escutar os problemas e preocupações desta geração e o uso de métodos diferentes dos tradicionais para que os restantes pontos aconteçam. Em suma, tanto os média, como políticos, como a restante sociedade deveriam manter o foco na ação em prol das preocupações dos jovens (Mycock e Tonge, 2014: 21).

Existe uma forte ligação entre a participação, os média e a política capaz de se unir aos jovens e, com toda modernização drástica relativamente ao mundo digital, os média tradicionais tiveram assim a hipótese de criar um novo canal que permitiu de certo modo um crescimento do público pela busca de informação, transformando a informação em algo acessível a todos. Assim, compreende-se que houve uma forte contribuição para o interesse dos jovens pela comunicação dos média e, ao mesmo tempo, pela compreensão de temas políticos que se englobam tanto dos média tradicionais como nos novos média, para além da sua implementação na internet – nas redes sociais – através das redes que por sua vez levaram a um maior interesse jovem pela participação política. Para além da presente linha de pensamento, é necessário também compreender os motivos que levam os jovens a sentirem-se intimidados com a sua participação. Tendo em conta os assuntos até agora abordados, poderão os motivos passar pelo tipo informação fornecida pelos média? Será que os média produzem conteúdo adequado às exigências das sociedades democráticas contemporâneas? Deverá a sociedade exigir uma transformação dos média?

**Segunda Parte – Delineando o objetivo de estudo: entre a  
informação e a investigação**

## **II. Delineando o objetivo de estudo**

*“Há um sentimento generalizado não apenas hoje, mas em vários momentos históricos, que dissocia os jovens do interesse de participar em sociedade e dos temas de atualidade política, em especial os que são divulgados pelas notícias e mídia tradicionais. É recorrente a ideia de que é importante fazer aumentar a participação juvenil e o interesse dos jovens pelo mundo que os rodeia.”*

(Brites, 2015: 7)

### **1. Delineando o objetivo de estudo: entre a informação e a investigação**

O projeto Catch-EyoU surgiu com o intuito de proporcionar uma compreensão do distanciamento entre os jovens para com as instituições da União Europeia, encontrando deste modo, formas de lidar com o grande desafio de favorecer o diálogo, a confiança e o envolvimento ativo dos jovens nas instituições e questões diretamente ligadas à EU. O pressuposto é que a inclusão da visão dos jovens é um fator essencial para a vivência de uma democracia participativa e representativa.

O estudo envolveu a colaboração de investigadores de diferentes países europeus (Portugal, Alemanha, Estónia, Grécia, Itália, República Checa, Reino Unido e Suécia) e disciplinas, nomeadamente psicologia, ciência política, sociologia, média e comunicação e, também, ciências da educação. O objetivo era a identificação dos fatores de possível influência nas distintas formas de participação ativa na Europa por parte dos jovens, passando pela compreensão de diferentes fatores de influência nos jovens e das formas como estes se inserem na sociedade, permitindo deste modo a cidadãos interligados a decisões políticas o uso de novos instrumentos para uma compreensão mais detalhada da presente geração: a forma como a geração pensa, como age, como participa, entre outros assuntos diretamente ou indiretamente ligados ao envolvimento ativo dos jovens com

especial atenção ao seu estatuto como cidadãos Europeus.

## **2. Primeiro estudo: análise de notícias em dois jornais de referência**

Sob a base estrutural do projeto Catch-EyoU, a primeira fase do nosso estudo envolveu a análise de jornais (de referência e online), de forma a explorar em que medida e como a Europa, os jovens e a cidadania são representados nos média. A conceção desta fase do estudo foi realizada pela equipa dirigida por Pina Lalli, da Universidade de Bolonha, e Jacob Macek, da Universidade Masaryk, ambos especialistas em Ciências da Comunicação das respetivas universidades; os dados portugueses foram recolhidos por Filipe Piedade e Norberto Ribeiro sob supervisão de Isabel Menezes e cedidos pela equipa para esta tese – pelo que, para estes dados, a análise desta tese é uma análise secundária.

Na escolha dos jornais foram tidos em consideração os dados relativos à tiragem média diária e de distribuição, tanto online como offline; foi ainda decidido incluir jornais diários com uma cobertura geográfica relativamente ampla e excluir jornais de distribuição gratuita. Foi também tomada a decisão da garantia da diversidade dos editores de jornais: os dois selecionados pertencem a diferentes empresas. A pesquisa foi efetuada em plataformas online dos jornais JN e P3, este último especificamente escolhido por ser dirigido a um público jovem.

Finalmente, a recolha centrou-se em dois anos consecutivos (2014 e 2015) e em dois períodos politicamente relevantes (duas semanas em maio e em setembro, que incluem as eleições europeias). A pesquisa foi feita a partir de palavras chave previamente definidas, para que a recolha de dados fosse equivalente em todos os países e em todos os momentos de recolha de dados. Foram utilizadas as seguintes palavras chave diretamente ligadas ao público jovem e à política: Europa, União Europeia/UE, Jovens, Juventude, Crianças, Adolescentes, Ativismo e Cidadania.

Atendendo ao tempo de realização desta tese, foi tomada a decisão de estender esta recolha de dados por mais dois anos (2016 e 2017), usando as mesmas fontes e os mesmos métodos. Esta opção teve também a vantagem de incluir o período das eleições

legislativas portuguesas, estendendo ainda o corpus de análise de forma assinalável. De forma a manter procedimentos similares, a autora desta tese teve um período de formação e consulta com o colega Filipe Piedade.

Os dados deste primeiro estudo envolvem, assim, um total de quatro anos (desde 2014 a 2017). Usando as nove palavras-chave para pesquisa nas plataformas dos jornais selecionados, JN e P3, todas as notícias relacionadas com estas dentro dos períodos indicados, de 7 a 21 de maio, e de 16 a 30 de setembro, dos vários anos, foram recolhidas e codificadas numa base de dados. A análise subsequente permitiu dar resposta a algumas questões relevantes: será que a comunicação social dá espaço aos assuntos relevantes para os jovens? Será que os jornais nacionais dão atenção a iniciativas dos jovens? Estarão os meios de comunicação a dar voz aos jovens?

### **3. Segundo estudo: discussão dos dados – a visão de jornalistas e políticos**

A análise das diversas notícias recolhidas possibilitou o desenvolvimento da segunda fase desta investigação, através de entrevistas semiestruturadas com sujeitos dentro das áreas interligadas ao estudo em questão, nomeadamente a área do jornalismo e a área da política.

Com foco prioritário nos jovens e na possível expressão destes perante a sociedade, o objetivo das entrevistas passa, então, pela compreensão da relação jovens-política-média, partindo dos dados recolhidos na primeira fase. Para o desenvolvimento do guião, sentiu-se a necessidade de compreender o modo como a política se interliga á juventude e adquirir soluções para problemas que a juventude tem vindo a enfrentar, nomeadamente com questões que representam a ausência da política na vida dos jovens, da negatividade apresentada nos temas políticos e de possíveis fatores da aproximação dos jovens à política.

Similarmente com a perceção política, surge a necessidade de entender os campos de atuação dos média, passando o objetivo do guião também pela compreensão do

envolvimento dos meios de comunicação social com os jovens, nomeadamente o tipo de representação dos jovens dentro dos média, a visão da comunicação social perante ações da juventude e quais os efeitos produzidos na vida dos jovens cidadãos através das ações realizadas por parte da comunicação social.

Para além de entrevistar membros dentro da área da política como dos média, optou-se ainda por incluir pontos de vista de membros mais jovens e com menos experiência em comparação com membros mais velhos e com mais experiência tanto de vida como laboral. Assim, entrevistaram-se no total quatro pessoas, duas com experiência de militância política e dois jornalistas; dois jovens, com idades compreendidas entre os 24 e os 29 anos e dois mais velhos com idades compreendidas entre os 43 e os 46 anos. Não tendo sido intencional, o jovem jornalista e o jovem dirigente político, eram ambos homens; a jornalista sénior experiente em artigos de cultura e sociedade e a militante e dirigente partidária mais velha eram ambas mulheres.

Os dados desta segunda fase do estudo envolvem, assim, um guião semiestruturado e um total de quatro entrevistas com foco em cidadãos, jovens e séniores, diretamente ligados aos temas políticos e mediáticos. A análise posterior permitiu dar resposta a algumas questões relevantes: será que a comunicação social dá espaço aos assuntos mais importantes para os jovens? Será que os jornais nacionais demonstram interesse pelas ações positivas dos jovens? Poderá a comunicação social focar-se apenas na informação capaz de produzir mais audiências? Estarão os meios de comunicação a dar voz aos jovens? Todas as questões apresentadas são o foco da presente investigação que, em articulação com os dados obtidos na primeira fase do estudo, permitiu uma base de dados relativamente pertinente para a compreensão dos média nos tempos atuais e a sua representação da política e de jovens.

**Terceira parte – Análise de uma amostra de produção  
noticiosa sobre jovens, política e Europa em dois jornais de  
referência**

### **III. Recolha e análise de notícias de âmbito digital**

*“The long-term picture of new média or mass média information flows is not easy to predict. Mass média news outlets are struggling with changing gate-keeping standards due to demands for interactive content produced by audiences themselves. Ordinary citizens are empowered to report on their political experiences while being held to high standards of information quality and community values. In the long run, these tendencies may be the most revolutionary aspects of the new média environment.”*

(Salman, Ibrahim, Abdullah, Mustaffa e Mahbob, 2011: 3)

#### **1. Os contextos e processos de recolha de notícias**

A relação entre os meios de comunicação social e o ambiente político tem vindo, como vimos atrás, a ser objeto de vários estudos acerca do universo comunicacional e de possíveis influências a partir deste na esfera da política. Pode-se apresentar Tocqueville, Tarde e Lippmann como exemplo de autores que mostraram a ligação existente entre o jornalismo e a política (Serrano, 2006: 64), com a valorização do poder que os média obtiveram anteriormente – como o quarto poder – e aquele que possuem agora: um poder que se foca na estabilização dos restantes poderes de âmbito executivo, judicial e legislativo.

Conforme apresentado anteriormente, o primeiro estudo que levou ao desenvolvimento da presente dissertação seguiu as diretrizes providas pelos coordenadores de uma das tarefas de investigação do projeto do Catch-EyoU, focada em compreender a representação da UE e da juventude ativa na UE no meio ambiente mediático. A análise do conteúdo do projeto Cacth-EyoU revelou como temas mais frequentes os problemas da União Europeia, a negatividade em torno dos jovens, o terrorismo e o ambiente político, para além de outros tópicos como a austeridade, o desemprego, a emigração, a crise europeia e os refugiados.



O estudo inserido nesta dissertação inclui a análise realizada em dois jornais portugueses, mas durante quatro diferentes períodos que incluem duas semanas do mês de maio e setembro de 2016 e 2017, seguindo os mesmos intervalos de tempo do projeto anteriormente referido nos anos de 2014 e 2015. Tal como indicado no capítulo anterior, a escolha dos jornais baseou-se em diversos critérios (exclusão de jornais gratuitos, apenas jornais diários), atendeu a dados sobre as impressões diárias dos jornais e a sua circulação, tanto online como offline, para além da consideração pela cobertura geográfica, a diversidade de editores e a orientação para um público mais jovem (num dos casos). O conjunto de dados recolhidos e estudados provêm de dois jornais nacionais diários de imprensa geral, Jornal de Notícias e P3. Inclui-se, assim, um jornal mais tradicional, o Jornal de Notícias, um diário de referência que pertence a um dos maiores grupos de média em Portugal, com circulação impressa e com uma versão online. O segundo é de um jornal estritamente online, o P3, jornal este desenvolvido precisamente para públicos mais jovens e em grande parte por pessoas também mais jovens (Piedade, Ribeiro, Ferreira e Menezes, 2016: 3). No conjunto dos quatro anos, foi possível a obtenção 652 notícias.

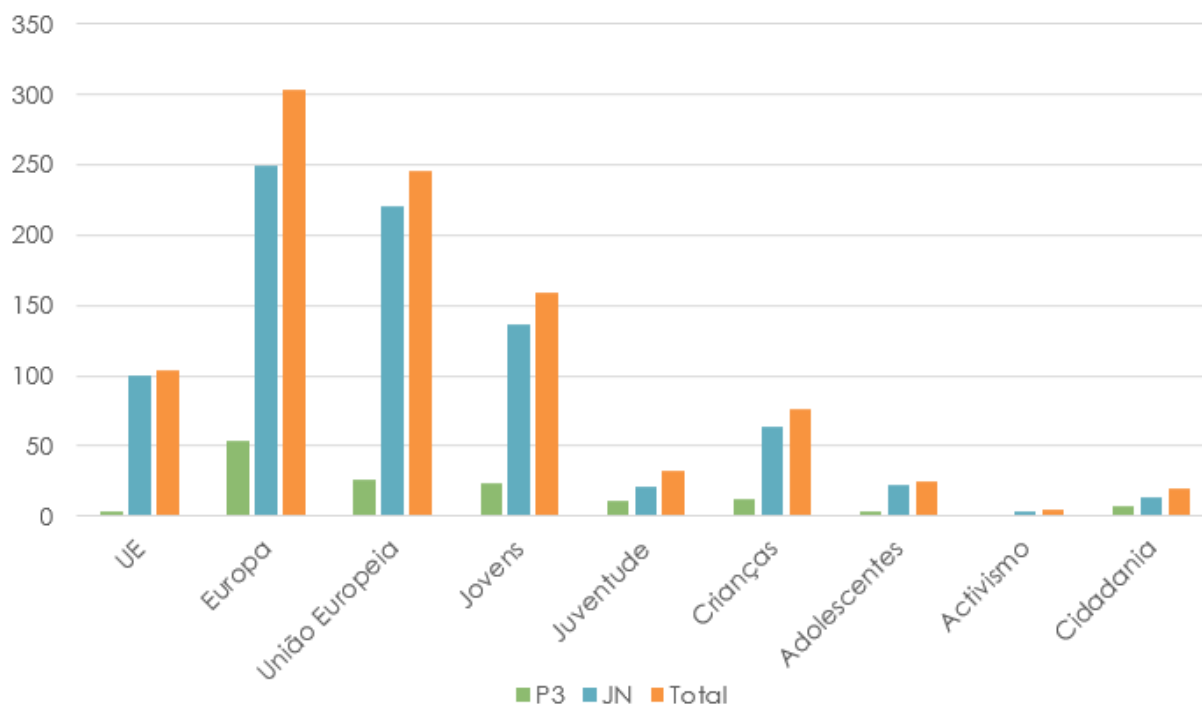
## **2. A caracterização do corpus da análise**

Para a recolha de notícias, os critérios aplicados basearam-se na seleção de notícias dentro dos respetivos jornais através o uso das nove palavras-chave referidas em capítulo anterior (UE, Europa, União Europeia, Jovens, Juventude, Crianças, Adolescentes, Ativismo e Cidadania). Dividiu-se a base de dados, numa primeira fase, por ano e período por forma a compreender-se qual o ano, mês e dia em que todas as notícias foram lançadas pelos jornais e para se saber quais as palavras-chave, e com que frequência estas apareciam, na procura de notícias. Numa segunda fase, dividiu-se a base de dados em campos decisivos para a análise de todas as notícias, nomeadamente campos para a colocação da data do lançamento das notícias, das palavras utilizadas dentro de cada uma, os títulos, os sumários das notícias, os atores com posições ativas, o gênero de

atores – dividido por Crianças, Jovens, Média Idade, Velhos e Geral –, instituições e organizações a aparecer dentro de cada notícia, o gênero de notícia – dividido por Boa, Má ou Neutral –, os argumentos presentes mais fortes e a existência dos média dentro de cada notícia. Numa terceira fase, procedeu-se ao uso das nove palavra-chave dentro das plataformas do JN e P3, usadas uma por uma ou misturando palavras, por forma a completar a base de dados supramencionada. Todas as notícias encontradas com as palavras-chave previamente definidas encontram-se na base de dados realizada, contabilizando-se um total de 652 notícias.

Apura-se que das nove palavras-chave usadas para pesquisa nos anos de 2016 e 2017, são apenas cinco as que mais se destacam devido à possibilidade de ir ao encontro de notícias ser mais elevada. As respetivas palavras-chave predominantes focaram-se então nos tópicos «Europa» (39), «Jovens» (25) e «UE» (20). Sendo que «Crianças» (16) e «Cidadania» (16) encontram-se nas duas últimas posições, mas no mesmo patamar. Apuram-se, também, as diferenças ao longo do projeto relativas à frequência com que as palavras usadas para a pesquisa apareceram. Nota-se, assim, que são várias as diferenças das palavras-chave predominantes deste o início do projeto, em 2014, até ao tempo atual. A predominância das palavras nos anos de 2014 e 2015 teve um maior foco nos tópicos «Europa» (263), «União Europeia» (231), «Jovens» (134), «UE» (84) e «Crianças» (60), sendo notória a diferença dos tópicos mais destacados da recolha de amostras do período de 2014/2015 para 2016/2017. Após a adição de ambos resultados da análise, verifica-se que a alteração anterior será a que se mantém no foco das cinco palavras-chave mais utilizadas durante toda a investigação, variando apenas o valor total final. Após análise é também possível averiguar tópicos influentes em toda a amostra recolhida se focam em Portugal, na Europa, nos Jovens, Cidadãos em geral e Direitos dos Cidadãos e, foco maioritário, em Política nacional e europeia.

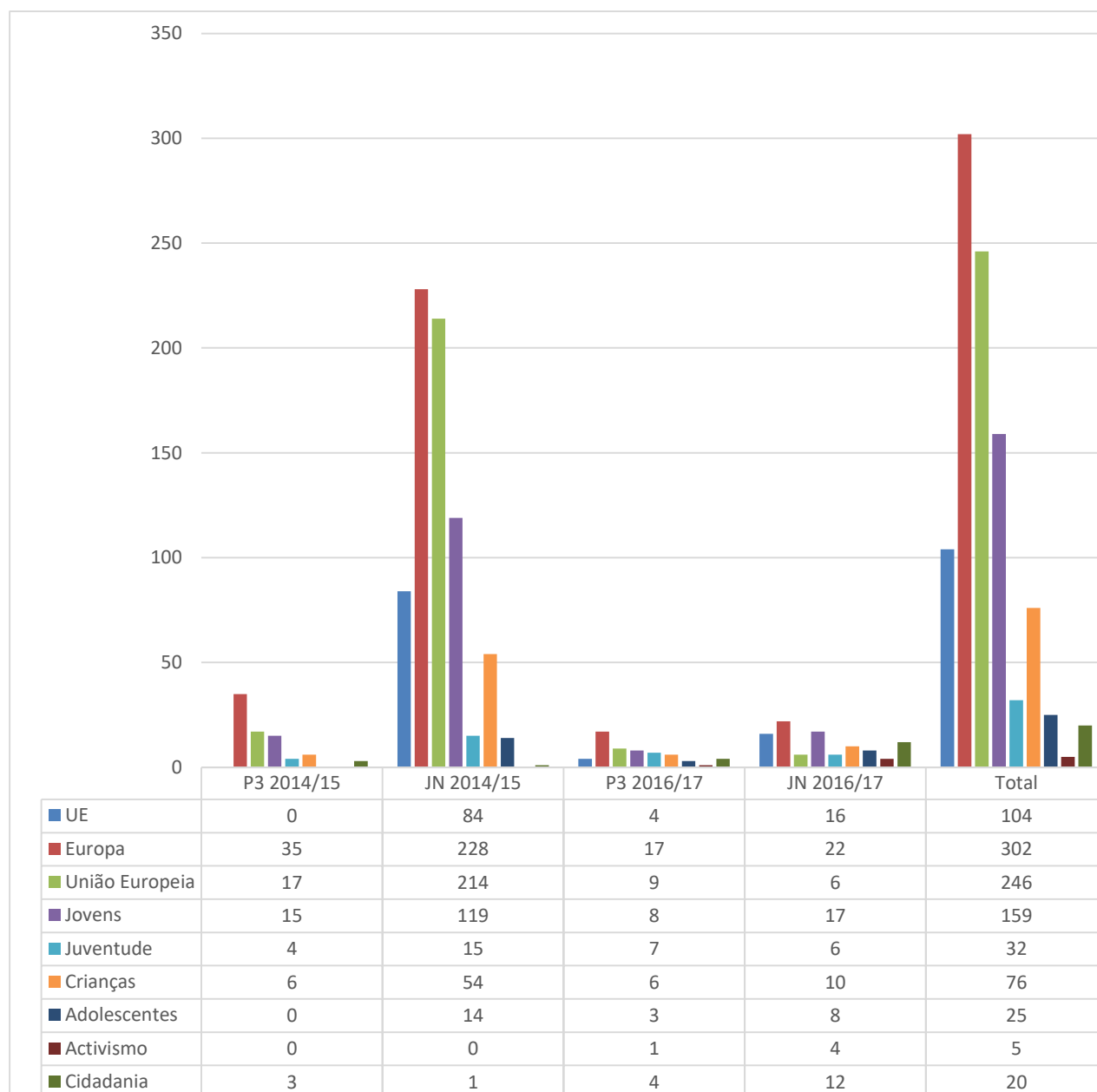
*Quadro. 1 Número de palavras-chave pré-definidas usadas para pesquisa de notícias – valores finais*



Apesar das diferenças entre tópicos mais predominantes dos anos 2014/2015 para com 2016/2017, percebe-se que nos dois primeiros períodos existe todo um discurso em torno da austeridade que, de um modo geral, leva-nos a uma compreensão de que a austeridade conduziu a elevadas taxas de desemprego e emigração juvenil. Relativamente à UE, esta é vista como sinónimo de em crise devido a uma certa inação em relação à crise económica, levando por sua vez à crise dos refugiados. Sobre os direitos humanos, o foco permanece principalmente na falta de respostas (ou más respostas) perante esta mesma crise dos refugiados. Por último, predomina também uma necessidade de contestar a discriminação e o racismo, para além da proteção das crianças. Apesar das breves diferenças, alguns destes tópicos conseguem manter-se ainda na atualidade, alcançando a conjugação com os temas predominantes dos anos de 2016 2017, permitindo deste modo um avanço na presente análise dos temas de um modo mais minucioso,

dividido e comparado com o foco da presente dissertação: conseguem os média exercer algum tipo de influência na participação política dos jovens em contexto europeu?

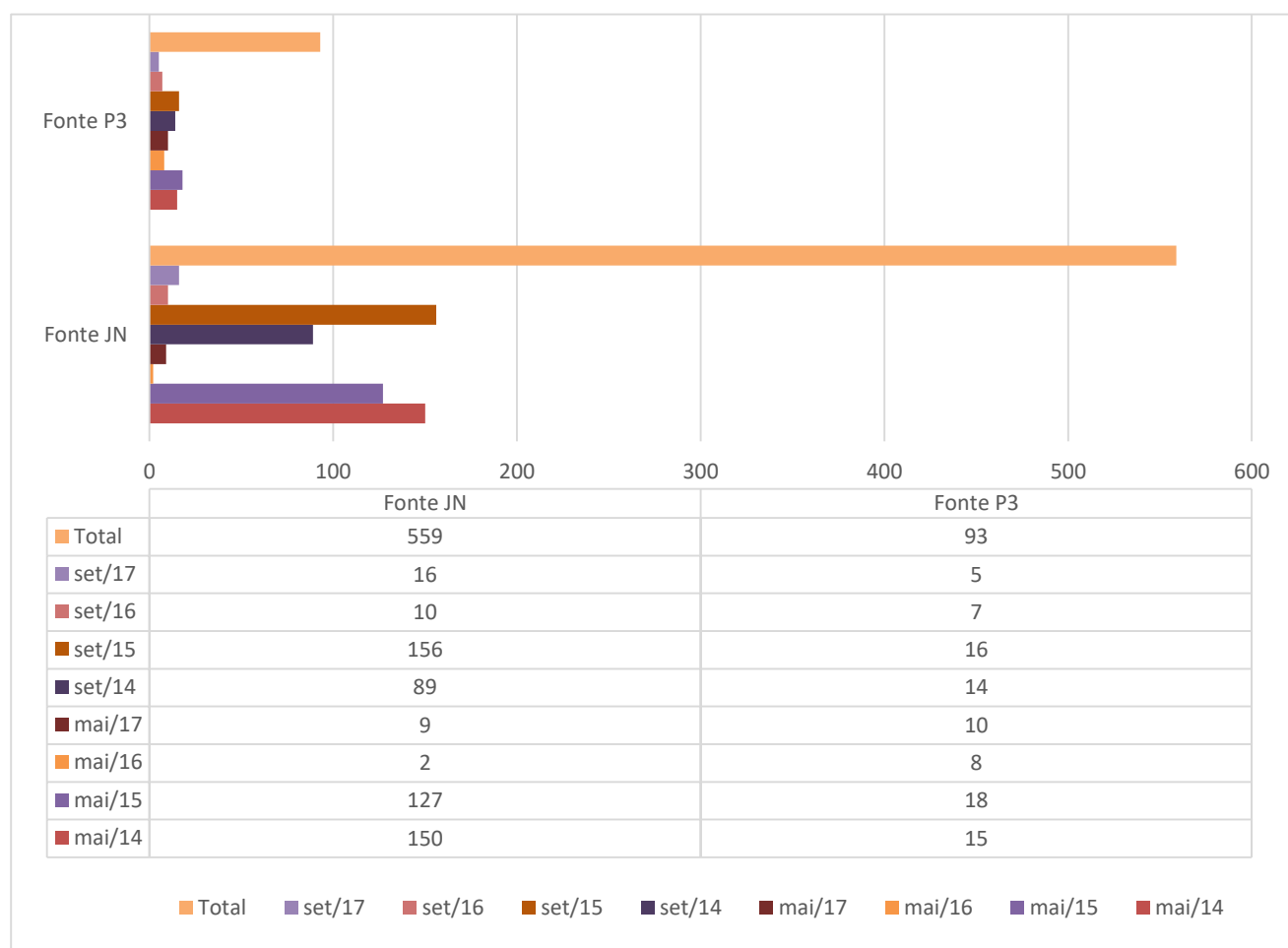
*Quadro. 2 Número de palavras-chave pré-definidas – Valores por anos para cada jornal*



### 3. A caracterização do conjunto de dados

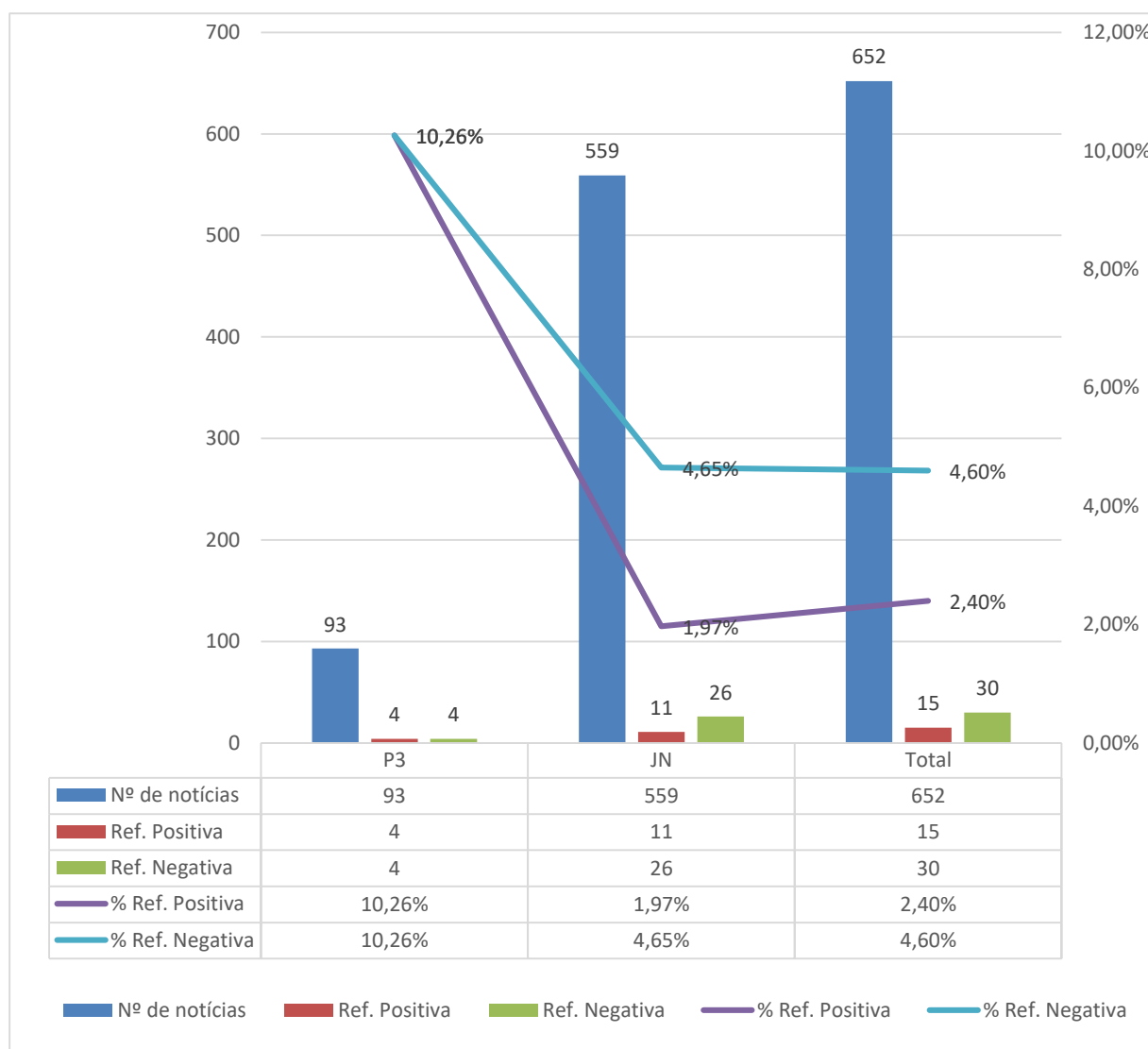
Após recolha e análise da amostra, é possível verificar que no jornal P3 o número de artigos é de 93 e os temas mais frequentes estão relacionados a questões ligadas ao mercado de trabalho, aos jovens desempregados, a desigualdades de sexo, incluindo violência e racismo, e ao voluntariado em Portugal e na União Europeia. No Jornal de Notícias o número passa a 559 e os temas mais frequentes estão geralmente relacionados com a política europeia e nacional, os níveis de segurança da Europa devido a ataques terroristas e a uma possível independência da Catalunha, ao apelo à cidadania e aos jovens de um modo geral.

*Quadro. 3 Número de artigos contidos na amostra de 2014 a 2017*



Verificou-se que – de acordo com os cálculos realizados após a recolha e análise das notícias – o Jornal de Notícias é a plataforma de media com maior predominância na apresentação de notícias negativas, expondo-se com 26 notícias de aspeto negativo, enquanto que o Público se apresenta com apenas 4. Nota-se que no que concerne a notícias positivas, neste caso o JN consegue ultrapassar o P3, com 11 notícias positivas em comparação com 4. No entanto, comparando com o volume de notícias recolhidas em cada jornal, é possível compreender que o jornal P3 consegue uma abordagem direcionada ao público jovem, apresentando-se com 10,26% de notícias positivas em relação aos jovens, enquanto que o Jornal de Notícias, com apenas 1,97% de notícias positivas, mantém uma linha mais tradicional. Compreende-se também que o JN detém de um maior volume de notícias recolhidas (com 559) em comparação com o P3 (com 93). Os valores apresentados regem-se unicamente pelo facto do Jornal de Notícias, devido à sua escrita mais tradicional, deter de um maior volume de notícias diárias, nomeadamente notícias mais direcionadas aos temas políticos. No caso do jornal P3, o volume de notícias é significativamente mais reduzido devido a uma escrita mais simples e mais direcionada aos jovens, conduzindo a um número mais elevado de artigos de opinião e a menos de notícias diárias. A totalidade das 652 notícias encontradas a partir das palavras-chave selecionadas para a pesquisa e recolha de notícias para a presente investigação e, tal como qualquer estudo, a presente análise não estaria completa sem análise relativa às palavras-chave. É também possível verificar que das 652 notícias analisadas no atual estudo, apenas 2,4% faz referência aos jovens de forma positiva, subindo para 4,6% as notícias que fazem referência à geração mais jovem numa dimensão negativa.

Quadro. 4 Percentagens e valores totais referentes a atores jovens em todo o estudo



As notícias “positivas” incluem exemplos maioritariamente ligados aos estudos, saúde e inovação. Essa apreciação positiva transparece nos depoimentos participantes, tal como Liane Costa em entrevista ao P3 no passado dia 22 de setembro de 2016, que espera que “seja um bom exemplo, sobretudo, para os colegas mais novos que, de facto, é possível fazer clínica, sermos internos da especialidade e, ao mesmo tempo, fazermos investigação.”. Outro exemplo vem de jovens mencionados em artigo do JN, no dia 26 de setembro de 2017, onde são apresentados projetos de investigação: “Estes são os dois

projetos que venceram a 25.<sup>a</sup> edição do Concurso para Jovens Cientistas, promovido pela Fundação da Juventude”. Verificam-se também sinais positivos no discurso de Mariana Santos em entrevista ao P3, a 18 de setembro de 2016, onde é apresentado o incentivo ao público jovem, nomeadamente jovens adolescentes em início de vida e de carreira, caracterizando-se por “um monte de miúdas (...) que precisam que lhes digam que elas podem fazer o que querem. Dizer-lhes: ‘sim, tu podes’, ‘sim, é possível’”. Outro exemplo vem por parte do jovem Marcus Hutchins, com notícia presente no JN a 15 de maio de 2017, onde se confirma que “com a colaboração de amigos e entidades governamentais, como o Centro Nacional de Cibersegurança britânico e o FBI, dos EUA, conseguiu depois ajudar algumas das vítimas e lidar com o vírus”.

Relativamente a notícias de conteúdo mais negativo em relação com a geração jovem, estas passam maioritariamente por referências ao estilo de vida, ao terrorismo, ao desemprego e ao abuso de drogas e álcool. É possível verificar os vários aspetos negativos através dos artigos publicados por ambos jornais, nomeadamente no P3 a 13 de maio de 2016, onde se refere que “chegaram a sentir-se forçados a ir estudar ou trabalhar para outro país da União Europeia”, para além do JN, a 17 de setembro de 2016, que afirma que “a Justiça francesa acusou um adolescente de 15 anos do crime de associação terrorista. O rapaz, detido esta semana no 20.º distrito de Paris, planeava um ataque terrorista iminente.”. Em outro exemplo dado no P3 a 11 de maio de 2017, apresentam-se os adolescentes como uma geração doente, tanto físico como mentalmente, e com fortes apelos aos “distúrbios alimentares como um estilo de vida” e à mutilação. Ainda dentro do negativismo, a geração jovem é apresentada em Portugal, pelo Jornal de Notícias a 21 de setembro de 2017, como a geração de “(...) trabalhadores mais jovens, que trabalham a termo, em situações instáveis e com menos direitos.”. Para além da precariedade jovem e do ambiente de crise, esta geração é também obrigada a lidar com o desaparecimento dos “empregos para a vida, (...) noção de carreira”, podendo viver apenas com “(...) os "projectos" como estrutura de emprego e os recibos verdes como forma de pagamento: é o trabalho como "freelancer" – chamado de a nova Revolução Industrial.”, apresentado pelo P3 a 22 de setembro de 2016. Assim, é possível observar, em quadro abaixo, que a percentagem e valor total de notícias que se centram numa



abordagem positiva na geração mais jovem é extremamente baixa, obtendo-se apenas 15 artigos, sendo também de anotar que o número dos artigos em que os jovens são apresentados de modo negativo duplica, somando-se neste caso 30.

*Quadro. 5 Quadro de percentagens – Número total de notícias positivas e negativas*

	Nº de notícias		Positivas	Negativas		
JN 2014/15/16/17	Nº JN	559	11	26		
P3 2014/15/16/17	Nº P3	93	4	4		
	TOTAL notícias	652	-	TOTAL notícias	652	.
	Total positivas	15	2,40%	Total negativas	30	4,60%

#### 4. Uma visão global das temáticas emergentes

Apesar de «Portugal» se enquadrar nos primeiros cinco temas da amostra e de ser o tópico principal, na grande maioria das vezes este aparece como um fator negativo, transmitindo em parte dos artigos em que aparece como sendo um país que ainda necessita de alguma evolução política, educacional e civil, subsistindo ainda a sua quase inatividade no que concerne o apoio a jovens quer a nível laboral, quer a nível sexual. Como segundo tema da listagem de cinco verifica-se a predominante «Europa», revelando-nos assuntos anteriormente descritos tais como a crise de refugiados que ainda se mantém, a forte crise europeia, os atos de terrorismo normalmente abordados em relação com a geração jovem e a falta de segurança dos cidadãos europeus perante tamanhas alterações na União Europeia. Com as notórias alterações, foi-nos possível chegar ao terceiro tópico mais abordado na imprensa portuguesa: «Jovens». Um tópico relevante, senão o mais essencial à investigação, que consegue abranger todos os restantes temas e apresentar diferentes

discussões sobre esta geração, sendo o tópico que se insere nos primeiros cinco da amostra. É normalmente indicada em relação com os participantes em atos de terrorismo e manifestações, apesar do ativismo ser das questões menos abordadas nos meios de comunicação social; a geração jovem é vista como a linhagem dos emigrantes, dos que abandonam o seu país, uma geração de estagiários e dos que abusam de estupefacientes. Uma linhagem que apesar da notória capacidade de fazerem o bem e desenvolver mecanismos que colocam «Portugal» bem-visto perante os restantes estados-membro, é normalmente assumida como uma geração que nada-faz ou, pior ainda, o que faz, faz mal, para além do fraco envolvimento e o ceticismo relativos à participação desta geração (Mesquita, Bonfim, Padilha e Silva, 2016: 289). Com a presente linha de pensamento, é-nos também permitido abordar o quarto tema mais abordado na amostra, «Cidadãos». Um tema estritamente necessário tanto de um modo de representação geral como devido a uma certa negatividade perante os cidadãos mais jovens. Contudo, os «Cidadãos» de um modo genérico, nomeadamente portugueses, são apresentados na imprensa como aqueles que ajudam outros povos apesar da diferença de culturas, como no caso da receção a emigrantes venezuelanos e a refugiados de outros países. Estão também presentes em decisões de elevada importância, tal como na saída do Reino Unido da União Europeia e nas eleições da Catalunha. Conseguem ser apresentados como cidadãos exemplares em movimentos solidários e na luta em prol do papel da mulher na sociedade, incluindo a defesa de cidadãos gays. O tema «Política», o último mais citado dos cinco da amostra integral, aparece com um tópico normalmente abordado de forma comum e que permite incluir todos os restantes, integrando artigos que apresentam conteúdo desde a presença do Presidente da República em eventos até à crise económica portuguesa e europeia. Contudo, apesar da «Política» se enquadrar genericamente em toda a amostra, é possível compreender que relativamente à geração «Jovem», a «Política» portuguesa aparece normalmente em abordagem ao Governo e decisões tomadas por este para um possível desenvolvimento e crescimento jovem, tanto exposto negativamente através do incentivo à emigração juvenil, como positivamente através da criação de estágios profissionais e cursos gratuitos. Na «Política» europeia, a grande maioria das notícias recolhidas passa pela crise, refugiados, Brexit, e independência da Catalunha.

Dando continuidade à análise dos tópicos envolventes da presente dissertação, nomeadamente em tópicos abordados no projeto Catch-EyoU, verificou-se que para além dos cinco temas acima referidos, as «Crianças» são também abordadas de forma significativa. Da amostra de notícias recolhida, o tema insere-se habitualmente numa abordagem mais negativa, não no sentido de as próprias crianças se envolverem em situações malévolas, mas sim no sentido de existirem atos desenvolvidos em nome destas a serem avaliados negativamente, ou seja, atos que passam principalmente pelos responsáveis – educadores, pais, amigos, família – e não pelas crianças em si. Apura-se, então, na amostra, dos anos 2014 e 2015, que o tópico «Crianças» se insere com facilidade em protestos, em manifestações por parte de pais e educadores, em casos com alegações a prováveis violações e, principalmente, na falta de apoio a crianças com necessidades especiais. Já na amostra integral, dos anos 2016 e 2017, verifica-se que o tópico «Crianças» é mais facilmente incluído em casos de saúde física, nomeadamente a obesidade infantil em Portugal e na União Europeia. Encontra-se também alguma ligação positiva ao referente tópico no sentido de as «Crianças» serem abordadas em artigos relativos a animais, ajuda animal e eventos educativos, excluindo por completo o fator político. Uma exclusão que passa pelo facto de todo o conteúdo relativo a «Crianças» passar única e expressamente por outros tópicos, nomeadamente os estudos, a saúde das crianças e a defesa social destas, uma exclusão pelo simples facto da política não aparecer relacionada com as crianças nos meios de comunicação e notícias analisadas. Uma questão que certamente será abordada mais adiante no sentido de compreender a educação das crianças e o modo como estas são apresentadas à sociedade sem qualquer tipo de ligação à esfera política.

Compreende-se deste modo, que os principais tópicos abrangem maioritariamente a geração jovem através de interligações a «Adolescentes» e «Juventude», para além dos «Cidadãos» que se encontram irreversivelmente conexos à «Cidadania» e «Ativismo», apesar da rara manifestação deste último na imprensa. Os subtópicos «UE» e «União Europeia» juntam-se de forma perseverante à predominância da «Europa» nos meios de comunicação, «Política» e, habitualmente, «Portugal».

Com o desenvolvimento da presente análise e estudo da amostra constata-se, nesse

caso, que os temas mais influentes retirados do JN e P3 são Portugal, Europa, Jovens, Cidadãos, Política e Crianças. Conclui-se, também, que da amostra integral de 652 notícias analisadas, apenas 2,4% (15 notícias) fazem referência aos jovens de forma positiva, subindo para 4,6% (30 notícias) as que fazem referência à geração mais jovem numa dimensão negativa. Ainda dentro da dimensão negativa, é possível constatar que o Jornal de Notícias é a plataforma com maior predominância na apresentação de notícias negativas, contabilizando-se 26, enquanto que o Público (P3) se apresenta com apenas 4. Através dos presentes temas e valores recolhidos e analisados, foi, então, possível o desenvolvimento do capítulo seguinte que irá integrar estes resultados na realização e análise de entrevistas.

**Quarta Parte – Da discussão de resultados a uma ligação  
conclusiva: política, média e educação**

## IV. Análise, explicação e desfecho do estudo

*“Thematic analysis is a method for identifying, analysing, and reporting patterns (themes) within data. It minimally organises and describes your data set in (rich) detail. However, it also often goes further than this, and interprets various aspects of the research topic. The range of different possible thematic analyses will further be highlighted in relation to a number of decisions regarding it as a method.”*

(Boyatzis citado por Braun e Clarke, 2006: 6)

### 1. Introdução à análise das entrevistas

No presente capítulo apresenta-se o segundo estudo que envolveu a realização de entrevistas semiestruturadas que visaram aprofundar – sempre dentro do ponto de vista dos entrevistados – os dados recolhidos a partir da análise das notícias. Especificamente, esses dados sugerem, como vimos, a relativa ausência de uma articulação entre os jovens e a política, bem como o predomínio de uma visão negativa dos jovens, tendencialmente apresentados como “problemáticos” nas notícias dos jornais analisados.

A análise de conteúdo compõe-se de um conjunto de técnicas utilizadas no estudo de dados qualitativos. Uma das principais características da análise de conteúdo é o recurso a categorias que se traduzem em temas relevantes. Traduz-se isto ao estudo das comunicações que se convertem num conjunto de técnicas utilizadas na análise de dados qualitativos estudados de forma a proporcionar ao investigador uma identificação do conteúdo em observação (Bardin, 2009). Com conteúdo e temas semelhantes, estes serão então agrupados e associados de forma a criar conexões entre os mesmos. Mais especificamente, segundo as autoras Braun e Clarke (2006), a análise de conteúdo temática define-se como um método que permite a identificação, análise e descrição de padrões (temas) que permitem ao investigador um maior acesso às ligações presentes na

análise.

Como atrás referido, foram realizadas quatro entrevistas semiestruturadas para analisar e discutir os dados previamente recolhidos face à presença de jovens e da sua participação política em dois jornais de referência, ao longo de dois períodos de duas semanas em quatro anos consecutivos. Todas as entrevistas foram realizadas presencialmente, com guião semiestruturado previamente elaborado, tendo sido autorizada a gravação áudio por parte de todos entrevistados. O guião da entrevista está orientado para três objetivos fundamentais que se focam, em primeiro lugar, na relação “negativa” entre a comunicação social, a política e o público jovem; em segundo lugar abordam-se questões políticas e a relação entre estas, os cidadãos mais jovens e os média; e, por último, o foco volta-se para importância dos jovens na sociedade e em possíveis fatores a melhorar, nos media e noutros contextos, para promover a sua participação cívica e política.

A investigadora conduziu todas as entrevistas de forma formal, seguindo o guião pela ordem das questões previamente elaboradas e dispondo também diferentes questões elaboradas durante o decorrer de cada entrevista, sempre de acordo com o discurso de cada entrevistado. As entrevistas foram dirigidas a dois jornalistas e a dois políticos, optando-se por entrevistar um jornalista e um político mais jovem e um jornalista e um político com mais experiência, permitindo deste modo a obtenção de informação possivelmente diferenciada de acordo com a diversidade de idades e de experiência. No caso das presentes entrevistas, não se definiu como critério de seleção o género dos possíveis entrevistados, sendo que, e apenas por ordem meramente casual, foram entrevistados dois homens e duas mulheres, sendo por acaso as duas mulheres as entrevistadas com mais experiência.

Tal como referido anteriormente, no enquadramento de uma entrevista semiestruturada, denota-se a existência de questões que servem como orientação do processo da entrevista, permitindo alguma flexibilidade para que fosse possível reformular e alterar a ordem das questões durante o decorrer de cada entrevista, permitindo deste modo uma maior abertura ao discurso de todos os entrevistados, mas obtendo também controlo para que o rumo das entrevistas se mantivesse dentro do estudo

em questão. Para as transcrições a investigadora optou por utilizar nomes fictícios para proteger a identidade dos entrevistados, apresentando apenas como dados verdadeiros o cargo e a idade dos entrevistados. Em média as entrevistas tiveram a duração de quarenta e cinco minutos, sendo que a mais curta teve a duração de vinte e oito minutos e a mais longa uma hora e trinta e quatro minutos.

## **2. Visões dos média, dos jovens e da política**

*“(...)Os sistemas de média são moldados pelo contexto mais vasto da história, estrutura e cultura política. (...)As raízes históricas comuns moldam o desenvolvimento quer do sistema de média quer do sistema político e são cruciais para compreender a relação entre os dois. (...)Os média são, num sentido muito importante, uma instituição política, mas também são (e cada vez com mais frequência) negócios, sendo moldados por muitos fatores económicos.”*

(Hallin e Mancini, 2010: 60-61)

As recentes transformações sociais, demográficas, tecnológicas e políticas (entre outras) fizeram dos espaços de livre comunicação como que uma competição entre imprensa, jornalistas, políticos e simples comentadores de *posts* nas redes sociais ou outros meios de participação presencial e virtual. É neste contexto mediático em que os jovens estão imersos, como consumidores, mas também agentes ativos, e é neste contexto em que vão construindo visões do ambiente social e político que são certamente relevantes para os seus interesses, modos de integração e comportamentos de participação cívicos e políticos.

Para a compreensão acerca da presente geração a nível da sua participação cívica e política e qual o seu envolvimento com os média, tornou-se imprescindível o entendimento do que leva a camada mais jovem a determinados comportamentos em



participar, de forma ativa ou não, em ambientes políticos cuja comunicação é constantemente representada através dos meios de comunicação social. As entrevistas realizadas contribuem para essa compreensão a partir dos pontos de vista de atores da esfera dos média e da esfera da política que representam duas gerações. A análise das entrevistas permitiu a definição de categorias que serão agora apresentadas em tabelas, de forma a resumir e identificar os fatores mais importantes à presente investigação, complementando-os com exemplos de excertos representados nos discursos dos diferentes entrevistados. Foram definidas seis principais categorias, dentro das quais se identificam subcategorias:

- a representação negativa dos jovens pelos media, considerando motivos gerais e motivos face à política,
- a representação da política, incluindo os motivos gerais negativos, os motivos gerais positivos e as consequências,
- os métodos de trabalho dos media, abarcando estes métodos em geral e as suas possíveis consequências,
- a participação política dos jovens, remetendo para a sua importância e fatores de mobilização,
- o afastamento dos jovens dos media, englobando o afastamento e os fatores de mudança e, por último,
- a importância da educação, que inclui tanto a educação escolar como a educação familiar.

Os vários entrevistados tendem a subscrever a ideia de que há **uma representação negativa dos jovens nos média**, embora de forma não consensual. Segundo Sebastião, o jornalista mais jovem, o que tende a acontecer com mais frequência é a apresentação dos jovens pelos média através de pontos de vista mais negativos, havendo alguma incompreensão dos média para o que a geração jovem pode ser, necessitar ou vir a fazer. Também segundo Henrique, o político mais jovem entrevistado, há “jovens com muita capacidade a serem postos em causa em praça pública (...) através dos jornais”, o que tem

como consequência um severo desinteresse do público mais jovem devido à desvalorização da participação cívica e política. De acordo com a visão destes jovens, a comunicação social não tem conseguido representar de forma eficaz e positiva a presente geração perante a sociedade, levando ao desentendimento e desinteresse desta perante os jovens cidadãos em geral. Apenas a jornalista com mais experiência na área, Salomé, faz referência à apresentação de notícias positivas por parte dos média, recusando a existência de qualquer tipo de relação negativa entre a comunicação social e a geração jovem. apesar dos dados que recolhemos na primeira fase também sugerirem essa tendência.

*Quadro. 6 Grelha de Análise: Representação negativa dos jovens pelos média – Motivos Gerais*

Motivos gerais
<p>"(...) os jovens em particular eu acho que vêm os média e a comunicação social como parte do problema, como parte desse sistema no qual eles se sentem oprimidos e se sentem mal e por isso (...) estas manifestações (...) têm semanas de planeamento e ninguém sabe disso (...)" - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>
<p>"(...) se os jovens não são representados, ou seja, não têm uma voz nos média (...) depois também é fácil que acabem por sofrer com isso." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>
<p>"(...) o que acontece muitas vezes nas notícias (...) é que muitas vezes os jovens são vistos numa luz negativa (...). Os média não entendem o que é esta falange gigantesca da população que são os jovens. Porque estão desligados, não estão próximos uns dos outros. - Sebastião, Jornalista, 24 anos</p>
<p>"(...) há uma série de vícios que se criam em redações e que vão passando de mão em mão, é claro." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>
<p>"(...)é normal que os jovens tenham às vezes essa conotação de que vão para a política por causa da parte (...) de tentar encontrar tacho (...) e a comunicação social explora um</p>

bocadinho isso." - Henrique, político, 29 anos.

"(...)assisti a jovens com muita capacidade a serem postos em causa em praça pública (...) através das redes sociais, através dos jornais (...)." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)eu pela minha experiência no meu jornal nós não apresentamos nas notícias nada de negativo." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)o foco da comunicação social também acaba por ser muitas vezes aquilo que é negativo em vez de valorizar muitas vezes a intervenção positiva (...)." - Gabriela, Política, 46 anos.

Foram também referidos **motivos para representação negativa dos jovens pelos média relacionados com a própria visão da política**. Esta subcategoria revela que, de modo geral, os temas políticos não se encontram devidamente valorizados nos média nem aparecem com uma preocupação de esclarecimentos dos jovens, sendo apresentados de forma exaustivamente negativa.

Os motivos negativos passam, na sua grande maioria, por dois pontos fulcrais: em primeiro lugar pela negatividade e desvalorização geral da política nos meios de comunicação social e, em segundo lugar, pela ausência de qualquer explicação relativa aos temas políticos ou a ações positivas dentro destes. Assim, a representação negativa dos jovens dentro da política passa, segundo o jovem jornalista Sebastião, por aspetos que pelo facto de poderem estar associados aos jovens poderão automaticamente ser vistos como algo mais negativo do que realmente seriam, apelando deste modo à desvalorização de possíveis ações políticas que a camada jovem possa vir a fazer.

Para além da negatividade existente apresentada pelos média, verifica-se, em parte do discurso dos entrevistados, nomeadamente de Henrique, que ações positivas realizadas pela geração jovem nunca ou raramente são apresentadas pelos meios de comunicação social, gerando um maior afastamento destes da informação nestes meios de

comunicação. Nesta situação, os jovens são também vistos como a geração das novas ideias, segundo a jornalista mais experiente, mas que optou pela desistência de obtenção de informação política – ou qualquer outro tipo de ação política – dentro dos média devido à incapacidade de comunicação. Em suma, dentro da presente subcategoria, demonstra-se que a geração jovem, para além dos motivos gerais mencionados antes, consegue ser apresentada maioritariamente de forma negativa dentro da comunicação social também através das ações políticas (ou da ausência destas), compreendendo-se, deste modo, que a desvalorização, a falta de informação, as formas de tratamento da informação e a negatividade conseguem, de um modo geral, fazer com que a geração mais jovem opte pelo afastamento tanto dos média como das ações políticas, tal como refere Sebastião ao afirmar que “a forma como os órgãos de comunicação social tratam os jovens, tratam a política (...) pode levar sem dúvida nenhuma a uma não participação política dos jovens”.

*Quadro. 7 Grelha de Análise: Representação negativa dos jovens pelos média – Motivos face à política*

<b>Motivos face à política</b>
<p>"(...) há algum paternalismo na ideia de que se as pessoas acharem que uma coisa está associada aos jovens vai ser vista como mais negativa do que é, vai ser desvalorizada." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...) a política aparece cada vez menos na vida dos jovens nos (...) grandes canais, ou os canais tradicionais, e isso acontece porque (...) os jornais se demitiram da função de informar os jovens (...) e a geração percebeu rapidamente que não pode contar com os média (...) para trabalharem juntos por assim dizer no sentido de cidadania." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...) a forma como os órgãos de comunicação social tratam os jovens, tratam a política (...) pode levar sem dúvida nenhuma a uma não participação política dos jovens (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>

"(...)conheço alguns jovens que fazem associativismo e conseguem coisas tão incríveis (...) e eu nunca os vejo na comunicação social." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)os jovens estão um bocadinho desligados da política. (...) Os jovens e a comunidade em geral, porque estão um bocado descontentes com as políticas (...)" - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)os jovens têm uma visão mais á frente (...) e os políticos se calhar são um bocado mais antiquados (...)" - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"Só é corrupção na política (...), é a desvalorização da política e de quem está envolvido (...), eu acho que isto também não é positivo." - Gabriela, Política, 46 anos.

No que concerne às **representações da política** apresentadas pelos quatro entrevistados, assinalamos como ponto decisivo para a presente investigação as representações negativas acerca dos vários temas e ações relacionados com política, nomeadamente as formas de comunicar, quem comunica, o que é comunicado e, principalmente, a forma como todos os pontos referidos são vistos pelos cidadãos, tanto os mais jovens como os cidadãos em geral.

Como ponto principal, é possível verificar que a forma como a política é apresentada aos cidadãos passa maioritariamente pelos meios de comunicação que, na grande maioria das vezes, optam por passar a informação aos cidadãos de forma negativa. Nos tópicos que envolvem os temas políticos, os média optam, segundo Sebastião, por ter uma abordagem com maior foco na negatividade das situações, muitas vezes com o intuito de fornecer a informação o mais rapidamente possível sem um estudo aprofundado. Toda a informação negativa atinge, também, a geração mais jovem e, segundo Henrique, existem “cada vez menos exemplos de jovens políticos que possam, a nível internacional, sair em órgãos de comunicação social”. Contudo, estas representações também se podem dever, ainda, aos próprios agentes políticos. Ou seja,

por um lado, “há políticos que credibilizam a política, mas ninguém sabe quem são” (Henrique, Político, 29 anos) porque os média não mantêm o seu foco nas atitudes ou pessoas ligadas à política de forma positiva; mas, por outro, dentro da política em si, nota-se que, segundo Gabriela, “os próprios políticos acabam (...) por passar (...) alguma suspeição”. Isto parece dever-se, segundo os entrevistados, a três ordens de razões. Em primeiro lugar, pelo facto de não existir a devida abertura dos políticos para com os cidadãos, levando a que os média optem pela via da apresentação de informação rápida, negativa e facilmente processada, por vezes de forma errada, pelos cidadãos. Em segundo lugar, os próprios agentes políticos não compreendem como passar determinadas informações ao público, mesmo que estes levem uma vida política o mais correta possível, levando a que os cidadãos, em junção com a informação transmitida pela comunicação social, passem a ter uma suspeição face às ações dos agentes político. Em terceiro e último lugar, a conjugação dos dois primeiros aspetos permite que os cidadãos, principalmente os jovens, desenvolvam ideias particularmente redutoras e negativas acerca dos média e da política.

*Quadro. 8 Grelha de Análise: Representações da política – Motivos gerais negativos*

Motivos gerais negativos
<p>"(...) quando o governo anuncia o orçamento de estado e o disponibiliza a primeira coisa que qualquer órgão da comunicação social a fazer é onde é que as pessoas vão gastar mais dinheiro (...). Quando a abordagem primordial é... quanto é que te vão tirar e não é dizer às pessoas onde é que o governo vai investir mais (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...)começamos a ver cada vez menos exemplos de jovens políticos que possam, a nível internacional, sair em órgãos de comunicação social." - Henrique, Político, 29 anos.</p> <p>"(...)falta de transparência por parte de agentes políticos (...)" - Henrique, Político, 29 anos.</p> <p>"(...)há políticos que credibilizam a política, mas ninguém sabe quem são, portanto parece que</p>

os outros é que são o rosto da coisa negativa que é a política." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)o aspeto negativo tem muito a ver com as políticas que são implementadas em Portugal que afugentam as pessoas." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)as próprias pessoas e os próprios políticos acabam (...) por passar aqui alguma suspeição." - Gabriela, Política, 46 anos.

No que concerne às **representações positivas da política**, os aspetos positivos estão relacionados com temas e ações referentes à política e a quem a possa representar dentro e fora de Portugal, nomeadamente em contexto europeu. De acordo com as pessoas entrevistadas, há também discursos positivos sobre a política, denotando-se vários exemplos fornecidos por todos os entrevistados e reconhecendo também o incremento da capacidade de comunicação da classe política.

A política e os meios de comunicação conceberam novas formas capazes de chegar aos cidadãos, com novas informações, executadas em diferentes ambientes e implementadas de diferentes modos, tudo em prol de prover a informação diretamente dos agentes políticos para a comunidade. Os políticos e a política são descritos por Sebastião pelo aproveitamento da decadência da comunicação social: “eles têm um portal (...) em que dizem que estão a dar notícias. E que é um portal de notícias, o que não é, porque é um órgão da câmara (...) mas eles aproveitaram-se (...) porque a imprensa aqui deixava muitas coisas que não tinha a cobrir”. Portanto, a política viu a oportunidade em informar diretamente o cidadão das ações a realizar aproveitando-se de um certo declínio dos média em passar informação, permitindo uma aproximação para com a comunidade e, assim, apresentando exemplos positivos que existem dentro da política em Portugal e, maioritariamente, a nível europeu. Deste modo, os jovens são apresentados através da própria política como cidadãos ativos, participantes e como bons exemplos internacionais possíveis de se seguir.

Em suma, apesar da negatividade geralmente apresentada pela comunicação social

acerca de temas políticos ou de atores ligados à política, todos os entrevistados, jornalistas e políticos, confirmaram que a política é uma atividade como outras atividades profissionais (Gabriela, Política, 46 anos), que permite uma maior abertura para com os cidadãos e que, em vários casos, essa abertura é realmente cumprida e apresentada aos cidadãos em geral, demonstrando a existência de interesse na geração mais jovem, nomeadamente na apresentação de bons exemplos de nível internacional em ações políticas lideradas por jovens (Henrique, Político, 29 anos), para além da visibilidade positiva apresentada por Portugal de âmbito político ao público estrangeiro (Salomé, Jornalista, 46 anos) e do aproveitamento positivo que a política teve ao tomar a decisão de informar os cidadãos diretamente através dos seus portais, demonstrando um possível interesse na relação mais próxima entre cidadãos e políticos.

*Quadro. 9 Grelha de Análise: Representações da política – Motivos gerais positivos*

Motivos gerais positivos
<p>"(...) A política aproveitou essa oportunidade ou pelo menos os políticos souberam fazê-lo. (...) eles têm um portal (...) em que dizem que estão a dar notícias. E que é um portal de notícias, o que não é, porque é um órgão da câmara (...) mas eles aproveitaram-se (...) porque a imprensa aqui deixava muitas coisas que não tinha a cobrir." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...)em alguns países europeus vemos alguns jovens dirigentes, de juventudes partidárias, ou mesmo em partidos políticos, que são notícia pelas melhores razões." - Henrique, Político, 29 anos.</p> <p>"Portugal tem uma certa visibilidade lá fora até boa (...). Temos portugueses lá fora que estão a marcar, estão a dar cartas no terreno (...)." - Salomé, Jornalista, 43 anos.</p> <p>"(...)tendo uma visão positiva das pessoas, entendo que não há mais situações de corrupção da política do que noutras atividades profissionais (...)." - Gabriela, Política, 46 anos.</p>



No que respeita às representações da política, as entrevistas abordaram, também, a percepção das **consequências dessas representações na ação política**. Através do discurso dos entrevistados, compreende-se que a política é apresentada nos meios de comunicação social como uma área corrupta devido a falta de transparência e desinteresse passados pelos próprios agentes, levando a que esta seja apresentada nos média de forma contante em formato negativo. A consequência verifica-se no discurso de Sebastião, onde refere que “a classe política é vista como negativa e também como um escudo que os jornais usam para defletir de certa forma da raiva e do descontentamento que as pessoas muitas vezes têm”. Assim, as consequências passam do uso do descontentamento dos cidadãos para o afastamento da geração mais jovem, alargando-se a possibilidade de outros impactos que, tal como refere Henrique, podem levar à decadência da participação e de incentivos.

A política, para os média, serve apenas como meio de obtenção de audiências pela negatividade transmitida ao público – conforme indica Gabriela ao referir que “os mass média acabam por, de forma oportunista, manipular também a opinião dos cidadãos”. Contudo, é possível verificar que existem bons exemplos a seguir, representações positivas da política que podem abrir caminho a uma sociedade mais ativa e participativa, proporcionando exemplos que passam normalmente pela imagem de Portugal no estrangeiro. Apesar da negatividade da representação da política ser superior aos exemplos positivos fornecidos pelos vários entrevistados, o positivismo passado, segundo Henrique, é compreendido como uma vontade de mudança política, que passa pela apresentação mais regular de exemplos positivos ligados à política e que produzem ações positivas, instigando assim a participação e a procura pelos meios de comunicação social.

Quadro. 10 Grelha de Análise: Representações da política – Consequências

Consequências
<p>"(...)a classe política é vista como negativa e também como um escudo que os jornais usam para defletir de certa forma da raiva e do descontentamento que as pessoas muitas vezes têm (...)" - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>
<p>"(...)os jovens encontram um país deprimido no qual nada é possível fazer para alterar nada (...). Isto é desolador para qualquer jovem que não tem nenhum momento em que pensa que pode fazer a diferença (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>
<p>"(...)no trabalho do dia-a-dia do agente político, as pessoas simplesmente não conhecem (...) mas se calhar não conhecem porque o agente político também não partilha essas informações." - Henrique, Político, 29 anos.</p>
<p>"(...)se ninguém promove bons exemplos, como é que a malta mais nova vai querer seguir as pisadas daquelas pessoas?" - Henrique, Político, 29 anos.</p>
<p>"(...)os políticos muitas vezes não estão preocupados em corresponder e manter a camada jovem no país, e é isso que se calhar lança algum descontentamento." - Salomé, Jornalista, 43 anos.</p>
<p>"(...)acho que isto tudo tem penalizado o envolvimento e (...) os <i>mass média</i> acabam por de forma oportunista manipular também a opinião dos cidadãos e muitas vezes os partidos acabam (...) por reforçar a própria imagem negativa (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.</p>

As entrevistas contemplam ainda a abordagem dos média diretamente aos entrevistados, permitindo que a investigação pudesse avançar de modo a considerar **os métodos de trabalho usados pelos próprios média** para a recolha, análise, escrita e passagem da informação ao público. Compreendeu-se que estes procedimentos passam, maioritariamente, pelo uso de normas mais tradicionais e simplistas que permitem a

análise e passagem de informação aos cidadãos de uma forma mais prática. Segundo Sebastião, a grande maioria dos jornais portugueses necessita de um melhor aproveitamento da internet, contudo o uso da vertente online por parte dos jornais para a escrita de notícias começa a acentuar-se. A utilização destas plataformas permite um maior interesse e facilidade de acesso ao cidadão, mas levam, também, à sua utilização excessiva por parte dos jornalistas para a publicação rápida de informação sem análise ou uso de fontes fidedignas: “podia por no online agora uma notícia (...), colocar diretamente na plataforma do jornal (...) e passada meia hora pode atualizar a mesma notícia.” (Salomé, Jornalista, 43 anos).

Para além da publicação rápida, outro método aplicado pelos média passa pela utilização de forma massificada da escrita negativa, mantendo o foco de uma história mais nos elementos mais negativos do que na apresentação da devida informação aos cidadãos, tal como refere Salomé ao afirmar que “a comunicação social vai e mostra o descontentamento da população”. Deste modo, compreende-se que o fator mais importante para os média passa naturalmente pela informação que produz mais audiência, uma situação que, segundo Gabriela, poderá partir dos próprios cidadãos devido a um possível chamar de atenção das massas. Assim, a informação torna-se em algo banal aproveitado pelos média como forma de manipulação da opinião e interesses da comunidade (Gabriela, política, 46 anos), levando a um descontentamento para com a comunicação social pelo facto da inexistência de informação mais educativa e que, segundo Henrique, “se não forem os pais a fazerem um esforço tremendo (...) a divulgar nas redes sociais, a comunicação social simplesmente não pega”.

*Quadro. 11 Grelha de Análise: Métodos de trabalho dos média – Geral*

Geral
<p>"(...) como os média se desligaram dos jovens, a culpa é dos média." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...)os média hoje em dia caem muito num vício terrível, que é errado, de dar às pessoas o</p>

que elas querem em vez da informação como devia de ser (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.

"(...)parece surreal que seja 2018 e ainda se diga como uma das funções... aproveitar a internet." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.

"(...)a comunicação social limita-se a fazer aquilo que vende, (...) isto é tudo um negócio (...)." - Henrique, Político, 29 anos.

""(...)se não forem os pais a fazerem um esforço tremendo (...) a divulgar nas redes sociais, a comunicação social simplesmente não pega." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)como é que eles conseguem atrair a atenção? Através de situações negativas, não é? (...) os média aproveitam esse espaço que existe para fazerem notícias e para lançarem e promoverem notícias." - Henrique, Político, 29 anos.

"A comunicação social vai e mostra o descontentamento da população." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"Os jornais online começaram a ganhar cada vez mais terreno (...). Podia por no online agora uma notícia (...), colocar diretamente na plataforma do jornal (...) e passada meia hora pode atualizar a mesma notícia." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)quando abro o telejornal, quando abro as notícias, na maior parte das vezes começo a ficar cansada (...) pela centração nos aspetos negativos (...). Não sei se isto tem a ver com o chamar (...) da atenção das massas (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

"(...)os *mass média* acabam por de forma oportunista manipular também a opinião dos cidadãos (...). Aproveitam mensagens mais populistas para passarem ao cidadão de forma mais incauta (...) e as vai assumindo como verdades." - Gabriela, Política, 46 anos.

Sentiu-se a necessidade de explorar **as consequências desses modos de trabalho e formas de comunicação usadas pelos média**. Dentro dos vários panoramas ligados às consequências das ações praticadas por parte dos média, apresentam-se três grandes pontos fulcrais para que estas situações aconteçam: em primeiro lugar, a negatividade que tem vindo a ser apresentada desde o início da investigação. Em segundo lugar, o facto de os meios de comunicação social produzirem com maior rapidez os conteúdos, acabando por transmitir informação pouco cuidada. Em terceiro, e como último ponto, os média virem a produzir de acordo com os interesses do público. Compreende-se, então, que os meios de comunicação social fazem uso da informação negativa diariamente, educando o cidadão para tópicos mais recorrentes que, segundo Henrique, levam a que “o público não queira saber das boas notícias para nada (...). Nós não promovemos o nosso comportamento, não é um comportamento positivo, logo a comunicação social é um reflexo disso”. Como consequência de uma sociedade provida de informação com bons exemplos, teremos uma sociedade que opta por informação pouco educacional ou positiva, levando os meios de comunicação a transmitir unicamente em linguagem negativa, colocando, deste modo, os cidadãos e os média numa espiral de negatividade.

A atitude dos média passa por abranger o público de forma mais rápida e prática, conseguindo produzir, segundo Salomé, de forma tão acelerada para a publicação de notícias online que, em grande parte dos casos, essas mesmas notícias são alvo de revisão constante devido a erros de informação: “O online (...) sempre correu o risco de às vezes não transmitir as coisas tal e qual como elas são”. Constata-se também que o uso da informação formatada para com os cidadãos permite a uma transformação da sociedade para a receção de notícias ao cidadão o impedem de se debater. Assim, leva-se a sociedade ao desconhecimento de bons exemplos, da busca pela informação, do crescimento e da educação, exemplos esses que, segundo Gabriela, são exemplos de “gente com carisma que efetivamente acaba depois por não constituir referência”.

Possíveis consequências
"(...) os média vão de encontro dos interesses das pessoas e isso não devia acontecer. Os média têm que ir ao encontro sempre da informação e de proteger no sentido de, lá está, de quarto estado (...)" - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
"(...)porque muitas vezes criam lixo comunicacional, (...) isso em si é desprestigiar o trabalho que fazem e é colocá-los em termos de alinhamento ao lado do resto (...)." - Sebastião. Jornalista, 24 anos.
"(...)eu posso chegar à informação como eu quiser (...). O que acontece é que a maior parte da imprensa acaba por aceitar esse caminho mais fácil: ok, vamos descer o nível porque nós queremos é ter mais gostos e alcances (...)." - Henrique, Político, 29 anos.
"(...)o público não queria saber das boas notícias para nada (...). Nós não promovemos o nosso comportamento, não é um comportamento positivo, logo a comunicação social é um reflexo disso." - Henrique, Político, 29 anos.
"Acontece que muitas vezes se dá muito rápido as notícias e põe-se logo no online e nem sempre elas estão corretas. (...) E depois vai-se a verificar e confirmar com as fontes e às vezes pode estar mal." - Salomé, Jornalista, 43 anos.
"O online (...) sempre correu o risco de às vezes não transmitir as coisas tal e qual como elas são." - Salomé, Jornalista, 43 anos.
"(...)temos gente com carisma que efetivamente acaba depois por não constituir referência (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

As entrevistas exploraram ainda a participação política dos jovens. A **importância da participação da geração jovem** mantém-se sempre como ideia principal e como

ponto fulcral para a compreensão da participação ativa: a juventude e as formas como esta participa e/ou pode vir a participar. Compreende-se, deste modo, que a participação ativa, quando apoiada corretamente, pode ajudar a criar e a desenvolver novas formas de comunicação e de empenho por parte dos jovens.

Na grande maioria dos casos, a participação jovem é vista como quase nula, criando-se geralmente a ideia de que a comunidade jovem não tem qualquer tipo de empenho ou interesse no desenvolvimento de novas ideias. Contudo, compreende-se que havendo uma forte estimulação à participação, segundo Sebastião, “os jovens vão naturalmente e sem falha ser os principais instigadores desse momento, vão ser os principais participantes. Percebe-se, assim, que é uma geração forte no desenvolvimento de projetos, para além da importância da participação da geração jovem com um maior foco na necessidade de atingir objetivos, por muito simples que estes sejam (Salomé, jornalista, 46 anos), aumentando a motivação, criando mais e demonstrando, assim, que tende a produzir mais e de forma mais rápida. Segundo Henrique, “o facto de os jovens serem o futuro deste país passa muito por aí porque eles têm vontade de criar reações”. Por último, compreende-se que a juventude é vista como a geração mais importante não só para o crescimento do país, mas também para o crescimento e mudança dentro das redações da comunicação social, sendo vista essa mudança com algo de extrema importância que, segundo Sebastião, “quanto mais pessoas novas insistirem nos média, mais representação dos jovens acontece”. Permite-se, deste modo, que uma participação ativa possa vir a ser mais representada pelos média, envolvendo futuramente outros jovens que nunca participaram tão ativamente antes de receberem informação positiva acerca dos respetivos temas.

*Quadro. 13 Grelha de Análise: Participação política dos jovens - Importância*

<b>Importância</b>
"(...) estimularem a participação política e cívica, os jovens vão naturalmente e sem falha ser os principais instigadores desse momento, vão ser os principais participantes." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.

"(...)a classe mais jovem dos jornalistas tem um espírito diferente por uma razão que é... foram se calhar a primeira geração que teve imensa dificuldade em trabalhar (...) e quanto mais pessoas novas insistirem nos média, mais representação dos jovens acontece (...)." -

Sebastião, Jornalista, 24 anos.

"(...)nós temos uma tendência a que quando acreditamos numa coisa, nós queremos fazer logo (...). O facto de os jovens serem o futuro deste país passa muito por aí porque eles têm vontade de criar reacções (...)." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)os jovens (...) criaram uma associação (...) porque sentiam a necessidade de conhecer a cultura portuguesa (...)." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)os jovens têm novas ideias (...), as coisas vão evoluindo (...)" - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)os jovens têm o maior valor, (...)os jovens são extremamente capazes, (...)são extremamente competentes e, portanto, acredito nesta geração." - Gabriela, Política, 46 anos.

"É dos fatores fundamentais o envolvimento dos jovens nas ações (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

Os **fatores de mobilização** dos jovens remetem para a discussão de formas de motivar para a participação e que podem vir a promover a ação de participação, que estão interligados aos fatores mediáticos e políticos, demonstrando como a juventude pode ser estimulada para a mobilização e participação ativa, nomeadamente através da valorização de exemplos positivos.

Para possa acontecer alguma melhoria a nível de participação jovem, é sugerido por Sebastião dar a conhecer melhor o trabalho dos média, permitindo que estes possam vir a estimular o pensamento crítico desta geração através de informação com exemplos de



jovens que vivem o seu dia-a-dia participando e mobilizando-se politicamente de forma ativa e livre. Deste modo, através dos meios de comunicação social, existiria a oportunidade de representação dos jovens de forma positiva, dando o exemplo positivo a toda a comunidade. É também com um discurso destacado nestes exemplos que Henrique informa que “se houvesse bons exemplos (...) havia maior participação dos jovens na política”, afirmando que a comunidade jovem necessita urgentemente de alguma motivação extra positiva neste campo.

Para além do conhecimento dos média e dos exemplos positivos a serem transmitidos na comunicação social, outro dos fatores apresentados foca-se na preocupação desta geração no desenvolvimento de projetos com propósito de unir a juventude em ações de mobilização que permitem, segundo Gabriela, uma possível valorização do papel dos jovens pegando em aspetos e contributos positivos e divulgá-los para a sociedade. Por último, é possível conferir que os entrevistados manifestaram que existe uma enorme necessidade de credibilizar a política e os jovens que nela se encontram, permitindo que estes possam vir a servir como exemplo a seguir por outros. Assim, existiria a hipótese de criação de uma onda de mobilização política através de influências positivas diretamente passadas por agentes políticos mais jovens.

*Quadro. 14 Grelha de Análise: Participação política dos jovens – Fatores de mobilização*

<b>Fatores de mobilização</b>
"(...) pegamos num jornal e nos sentimos informados, (...) nesse jornal percebemos que há uma associação de pessoas que na sua maioria são lideradas por jovens, (...) nesse momento uma pessoa sente-se mais motivada a isso, sente-se com mais vontade ou de se juntar a essa associação ou de fazer o possível do seu lado." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
"(...)que os jovens conhecessem mais os média (...) e que através disso estimulassem a prática do pensamento crítico e de exercer em maior a cidadania (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
"(...)se houvessem bons exemplos eu acredito que havia maior participação dos jovens na

política. (...) Precisam de ser inspirados, motivados (...)." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)com a credibilização as pessoas iriam começar a reparar nos agentes políticos positivos e iriam começar a querer ser como eles também." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)os jovens (...) criaram a associação e levam portugueses lá para falarem de Portugal, tentam arranjar intercâmbios, (...) estão preocupados em manter contacto (...)" -Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)o papel dos jovens tem de ser valorizado, (...) o facto de pegarem em aspetos positivos, em contributos positivos dos jovens, eu acho que isto tem de ser divulgado." - Gabriela, Político, 46 anos.

"(...)temos de estar todos embebidos no espírito de participação e de cidadania , que deve ser operado, obviamente, pelos *mass média*." - Gabriela, Político, 46 anos.

**O afastamento dos jovens dos meios de comunicação social** tem vindo a ser cada vez mais notado, seja devido à crise dos média nos últimos anos, seja pela incompreensão dos próprios média face aos motivos deste afastamento, mantendo quase sempre os mesmos métodos de trabalho ou, nos piores casos, criando notícias de acordo com o que o público em geral procura receber. Nota-se que, segundo Henrique, a comunicação social optou por aceitar o afastamento da geração jovem devido a uma certa incompreensão das necessidades de procura informação desta geração, uma geração onde a procura se torna rápida, mas de qualidade. Reforçando a ideia de que a geração mais jovem não tem um local para a recolha de informação, Sebastião refere que “é fácil acontecer na representação dos média os jovens não aparecerem e então de repente há ali uma falange da população que não é representada”. Compreende-se também que os jovens podem vir a sentir-se cada vez mais desiludidos com os média: “dedico-me ao meu trabalho, faço voluntariado, fiz uma série de coisas. É muito chato eu depois ler notícias em que dizem que os jovens são todos uns interesseiros e depois só tem maus exemplos nas notícias”

(Henrique, Político, 29 anos).

É notório que o afastamento dos jovens da comunicação social leva a uma forte necessidade de fazer com que os média voltem a cumprir o papel de defesa da sociedade, de mostrar ao público a importância que este tem: “os mass média têm que fazer serviço público e dá-me ideia que muitas vezes não é feito” (Gabriela, Política, 46 anos). Por último, compreende-se que um dos fatores mais importantes que leva os jovens a abdicar da procura pela informação nos média se deve ao facto dos meios de comunicação social optarem pela utilização de conceitos pré feitos que poderão levar a comunidade jovem a acreditar em todos os aspetos negativos transmitidos.

*Quadro. 15 Grelha de Análise: Afastamento dos jovens dos média - Afastamento*

<b>Afastamento</b>
"(...) claro que é fácil acontecer na representação dos média os jovens não aparecerem e então de repente há ali uma falange da população que não é representada (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
"(...)sentiram menos barreiras de ir a uma câmara, entrar pelo processo burocrático (...) do que pegar num telefone e ligar para um jornal. E isso diz muito de como as pessoas se sentem alienadas num jornal (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
"(...)dedico-me ao meu trabalho, faço voluntariado, fiz uma série de coisas. É muito chato eu depois ler notícias em que dizem que os jovens são todos uns interesseiros e depois só tem maus exemplos nas notícias (...)." - Henrique, Político, 29 anos.
"(...)é por isso que os jovens recorrem às redes sociais (...) onde qualquer um pode ir lá e

escrever (...) porque a imprensa não percebeu que a informação de qualidade (...) é difícil de encontrar." - Henrique, Político, 29 anos.

"Dentro de cada partido existe (...) uma camada mais jovem (...) mas eles não têm muita expressão (...) porque normalmente são os mais velhos que fazem tudo." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"A comunicação social (...) mostra o descontentamento da população. Ao ler-se pode-se pensar que é o lado negativo (...)." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)é adaptarmo-nos às novas realidade (...). Os próprios média precisam de formação." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)todas estas questões acabam por afastar (...) os jovens (...) porque também aquilo que é passado pelos média é aquilo que é negativo." - Gabriela, Política, 46 anos.

"(...)os *mass média* têm que fazer serviço público e dá-me ideia que muitas vezes não é feito (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

"(...) julgo que se afastam mesmo pela descridibilização porque muitas vezes aos jovens é fácil absorverem algumas conceções pré-feitas (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

Os entrevistados referiram ainda **fatores de mudança deste afastamento dos jovens face aos meios de comunicação**, que facilitem a possibilidade do regresso desta geração aos média. A mudança principal passa pela partilha de informação positiva, informação essa que, segundo Henrique, “a comunicação social tem um papel importante em alterar esta perspetiva”, que passa por um favorecer duma visão mais positiva da participação ativa. Assim, demonstra-se o poder dos média sobre a sociedade ao estimular “o contacto com a comunidade e estimularem a participação política e cívica” (Sebastião, Jornalista, 24 anos). Sente-se a necessidade que os média permitam que a evolução

tecnológica se torne um aliado dos jornais e que compreendam que, segundo Gabriela, “a própria comunicação dos mass média tem de ser alterada (...) para que as formas de comunicação correspondam mais às necessidades (...) dos jovens”.

A juventude tem a hipótese de recolha de informação cada mais divergente (Salomé, Jornalista, 43 anos) e, para que o panorama atual possa mudar, a transformação passa pelo aproveitamento do conhecimento e das novas ideias, permitindo o rejuvenescimento das redações dos meios de comunicação (Sebastião, jornalista, 24 anos), para além da criação de “programas mais atrativos e que correspondam mais às expectativas, avaliando as expectativas dos jovens face aos média” (Gabriela, Política, 26 anos). Também um dos fatores passíveis de fazer regressar os jovens à obtenção de informação nos média seria a credibilização e, principalmente, a criação de órgãos de comunicação unicamente para jovens. A comunicação social terá, então, de conseguir informar os jovens com informações importantes a ter nas suas vidas, como algo capaz de ajudar a resolver situações do dia-a-dia, fazendo-os sentir que aquele género de informação é essencial.

*Quadro. 16 Grelha de Análise: Afastamento dos jovens dos média - Fatores de mudança*

Fatores de mudança
<p>"(...)os média têm que entender que têm que estar (...) mais do lado da população (...), estimularem o contacto com a comunidade e estimularem a participação política e cívica (...)" - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p>

"(...)há uma coisa, nas redações portuguesas seria o rejuvenescimento das redações (...)" -  
Sebastião, Jornalistas, 24 anos.

"(...)uma possível solução seria a criação de um órgão de comunicação que falasse  
diretamente para os jovens." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.

"(...)a comunicação social tem um papel importante em alterar esta perspetiva se comesse,  
por exemplo, a partilhar coisas mais positivas (...)." - Henrique, Político, 29 anos.

"Eu acho que passava muito pela credibilização (...). Há bons rostos, bons exemplos e,  
portanto, se os média tivessem mais insistência aí, eu tenho a certeza que a credibilização  
iria aumentar." - Henrique, Político, 29 anos.

"(...)os jovens (...) estão a ver novas realidades, (...) esta geração vai muito em Erasmus  
(...) e traz-se novas coisas para Portugal. Eu acho que (...) a política pode beneficiar muito."  
- Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)o online, a massificação, a internet, trouxe-nos a rapidez de tudo. (...) E os jovens estão  
mais ligados ao online (...). Os jornais estão a optar por isso." - Salomé, Jornalista, 43 anos.

"(...)se calhar os próprios média têm que se ajustar a esta evolução (...) porque a informação  
passa tão rápido (...) que tem necessariamente de haver um ajuste aqui no tipo de  
comunicação que é feita. A própria comunicação dos *mass média* tem de ser alterada (...) para que as formas de comunicação correspondam mais às necessidades (...) dos jovens." -  
Gabriela, Política, 46 anos.

"(...)programas mais atrativos e que correspondam mais às expectativas, avaliando as  
expectativas dos jovens face aos média (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

Desde o início da investigação que se referiu a saliência da educação como um fator essencial ao desenvolvimento e crescimento mental dos jovens. Assim, sentiu-se a necessidade de se compreender qual a importância da educação para o envolvimento dos jovens em qualquer tipo de ação, diretamente ligada aos temas políticos ou não.

A temática da educação tem vindo, segundo os entrevistados, a tornar-se no fator primordial para o envolvimento jovem em qualquer tipo de atividade, nomeadamente **a educação escolar**, permitindo, desde logo, que se envolvam nas atividades desenvolvidas pelas escolas. O ambiente escolar revela-se como um local capaz de ensinar os jovens para alguns desafios, porém este ensinamento encontra-se desatualizado, pré formatado e pouco dirigido às diferentes mentalidades desta geração, obrigando toda a sociedade a manter-se ativa de acordo com o plano de um sistema onde, segundo Henrique, “não preparamos os nossos jovens para resolverem problemas. Nós preparamos os nossos jovens para eles seguirem metodologias que outras pessoas já definiram”.

Todo o processo de crescimento e empenho jovem passa pelo desenvolvimento mental que estes cruzam para poderem viver uma vida de participação ativa voluntária, compreendendo por si próprios que a mobilização e o desenvolvimento de ideias é o que fará elevar a sociedade. Contudo a geração jovem tem vindo a passar por uma fase de desconhecimento e afastamento tanto dos média como da política, envolvendo fatores escolares em toda esta abdicação de participação. Segundo Sebastião, a negatividade vivida para com a geração jovem “é por causa da educação porque quando as pessoas fazem julgamentos desses muitas vezes nem é formado. (...) Muitas vezes vem do desconhecimento, (...) mas aconteceria muito menos se houvesse melhor e mais educação para o que são os média.”. Deste modo, compreende-se que com um maior envolvimento escolar para a resolução de novos desafios e com a apresentação do trabalho da política e da comunicação social, a probabilidade de os jovens se envolverem nestes meios seria muito mais elevada. Entende-se também que o envolvimento escolar e “a autonomia das escolas é importante (...) nesta quantidade de informação” (Gabriela, Política, 46 anos).

*Quadro. 17 Grelha de Análise: A importância da educação - Escolar*

<b>Escolar</b>
"(...)é por causa da educação porque quando as pessoas fazem julgamentos desses muitas vezes nem é formado. (...) Muitas vezes vem do desconhecimento, (...) mas aconteceria muito menos se houvesse melhor e mais educação para o que são os média." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.
(...)no nosso sistema educativo (...) nós não preparamos os nossos jovens para resolverem problemas. Nós preparamos os nossos jovens para eles seguirem metodologias que outras pessoas já definiram (...)" - Henrique, Político, 29 anos.
"(...)eu tenho a mesma convicção de que o contexto familiar e escolar é fundamental para a formação política dos jovens." - Gabriela, Política, 46 anos.
"(...)a autonomia das escolas é importante (...) nesta quantidade de informação (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

As entrevistas chamam ainda a atenção para a **educação familiar** como capaz de incentivar a qualquer tipo de ação e envolvimento, mostrando que o ambiente familiar é essencial para a formação dos jovens. Entende-se que, hoje em dia, a comunidade se encontra focada naquilo que pretende ver e que “isso leva àquelas sociedades utópicas que agora vemos tanto na literatura e na televisão, quer dizer, claro que leva, porque as pessoas estão em bolhas” (Sebastião, Jornalista, 24 anos). A sociedade vive conforme pretende e conforme é educado para viver, embora seja possível os jovens começarem a sua aprendizagem num local e poderem “acabar em sítios completamente diferentes porque agora temos acesso provavelmente à mesma informação” (Henrique, Político, 29 anos). Assim, compreende-se que a educação familiar é fundamental para o crescimento e envolvimento dos jovens, embora a participação e a mobilização tenham de partir dos interesses de cada um, interesses esses que, segundo Henrique, apesar da educação familiar e da quantidade de informação disponível, muitas vezes o envolvimento não



acontece pelo próprio desinteresse dos jovens. Contudo, o presente desinteresse poderá partir, na grande maioria dos casos, do envolvimento familiar tendo em conta que “as famílias e as diferentes formas de família que hoje caracterizam no fundo a nossa sociedade, (...) muitas vezes inibe e são pouco sensíveis às questões de natureza política, isso também inibe um pouco o envolvimento dos jovens” (Gabriela, Política, 46 anos). Em suma, entende-se que o envolvimento familiar é fundamental para o crescimento e aprendizagem dos jovens, permitindo que estes sejam educados a participar e a mobilizar-se voluntariamente, levando também essa mesma educação para as escolas, ou poderá acontecer que o envolvimento familiar iniba também a participação e crescimento dos jovens em procurar informação, em compreender os média e a política e, nesse sentido, irão manter uma sociedade desinteressada pelo conhecimento e pelo crescimento político e cultural.

*Quadro. 18 Grelha de Análise: A importância da educação - Familiar*

<b>Familiar</b>
<p>"(...) as pessoas estão desligadas disso, e acho que em parte por causa da educação e em parte por causa dos jornais deixarem de fazer isso." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...)isso leva àquelas sociedades utópicas que agora vemos tanto na literatura e na televisão, quer dizer, claro que leva, porque as pessoas estão em bolhas (...)." - Sebastião, Jornalista, 24 anos.</p> <p>"(...)há aqui uma espécie de sentimento agri-doce (...) porque as pessoas também não querem muito saber." - Henrique, Político, 29 anos.</p> <p>"Hoje em dia (...) independentemente do sitio onde a gente começa, vamos acabar em sítios completamente diferentes porque agora temos acesso provavelmente á mesma informação."</p> <p>- Henrique, Político, 29 anos.</p> <p>"(...)as famílias e as diferentes formas de família que hoje caracterizam no fundo a nossa</p>

sociedade, (...) muitas vezes inibe e são pouco sensíveis às questões de natureza política, isso também inibe um pouco o envolvimento dos jovens (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

"(...)este papel vem muito das famílias, (...) é um trabalho de, no fundo, de mudança de mentalidades (...)" - Gabriela, Política, 46 anos.

### 3. Conclusões e perspectivas

*“De uma forma geral pode dizer-se que as atitudes e os comportamentos de qualquer cidadão são o resultado da formação e da educação adquiridas ao longo da sua vida, desde o ambiente familiar que o acolhe inicialmente enquanto criança, até à idade adulta com família constituída, sendo certo que a escola e a família constituem seguramente o enquadramento e os elementos que exercem maior influência sobre a formação das crianças e dos adolescentes.”*

(Grilo, 2008: 59)

Resultante do que já foi referido ao longo de toda a análise, foi necessário compreender, desde o início, qual a relação entre os média, a política e a geração jovem, partindo dos dados recolhidos através da análise de notícias em dois jornais de referência. Foram discutidas as representações negativas que os média disseminam sobre os jovens e sobre a política, mas também as referências positivas e a importância da participação desta geração, os fatores que poderiam levar a um maior envolvimento, os motivos que levaram os jovens a afastar-se tanto dos média como da política e, por último, os fatores a mudar para que a geração jovem possa voltar a aproximar-se com o ambiente político e mediático. Como último ponto, mas também importante, compreendeu-se que o afastamento, envolvimento e representações dos jovens passavam pela educação familiar e escolar que têm vindo a receber ao longo das suas vidas.

Ainda assim, entende-se que há, de facto, um problema na abordagem da própria comunicação social aos jovens e à política, que tem consequências nas próprias representações públicas da geração jovem, normalmente negativas, e nas representações da política ostentadas tanto pela comunicação social como pelos próprios políticos. Neste caso, os jovens podem abdicar de qualquer tipo de ação cívica e política dada a exposição negativa a que são, tantas vezes, submetidos; a comunicação social parece, então, assumir um vazio no que toca à classe mais jovem, não conseguindo representar de forma eficaz e positiva a presente geração perante a sociedade, o que pode contribuir para o desentendimento e desinteresse desta perante os jovens cidadãos em geral. Há também, segundo os entrevistados, uma certa negatividade e desvalorização geral da política nos meios de comunicação social uma certa ausência de qualquer explicação relativa aos temas políticos ou a ações positivas dentro destes. Esta tendência a representações negativas acompanhou as entrevistas e toda a análise, mas, principalmente, nos tópicos que envolvem temas políticos, particularmente a forma de os comunicar por parte dos média. A política é, geralmente apresentada de forma negativa o que pode estimular, na comunidade, um pensamento largamente negativo para com temas relacionados com a política.

Relativamente aos temas relacionados com a participação jovem e o seu afastamento, compreende-se que a participação jovem é normalmente apresentada como quase nula, permitindo a criação da ideia geral de que a comunidade jovem não tem qualquer tipo de empenho ou interesse no desenvolvimento de novas ideias políticas, apesar de, com incentivo à participação, os jovens conseguem fazer-se notar como principais impulsionadores, afirmando-se como uma geração forte no desenvolvimento de projetos, de progresso e de crescimento. Ora, independentemente da necessidade de reforçar a atenção dos média, para os entrevistados é fulcral a importância da educação, tanto escolar como familiar, para promover essa participação. A educação familiar e escolar são reconhecidas como capazes de incentivar o envolvimento e a participação, mas os entrevistados consideram que as famílias e as próprias escolas não têm desempenhado esse papel como deveriam.

Assim, parece haver o reconhecimento de uma clara necessidade de mudança. De

entre os fatores referidos pelos entrevistados, destaca-se a ênfase numa mudança nas representações predominantemente negativas que os média transmitem sobre os jovens e a política, bem como na sua capacidade em aproveitar as oportunidades criadas pela evolução tecnológica para atingir de forma mais intencional a comunidade mais jovem. Para além do uso do conhecimento dos jovens, das suas novas ideias, e, não menos importante, da credibilização da política e dos próprios media. Contudo, os entrevistados entendem dever existir também uma forte mudança na própria educação que, embora muitas vezes sobrevalorizada, tem efetivamente um papel essencial para a capacitação cívica e política da geração jovem.

## **Considerações finais**

A tarefa de concluir um projeto que teve um longo percurso e diversas etapas de preparação, estudo e análise torna-se complicada na medida em que, por parte de quem teve a oportunidade de o estudar e desenvolver, este encontrar-se-á sempre inconclusivo. Contudo, aqui procura-se acentuar os principais resultados obtidos e apresentar as conclusões relativas a toda a investigação acerca da influência dos média na participação política dos jovens, procurando-se também apresentar o relacionamento existente entre os média e a política: a procura pela interligação de duas forças aparentemente divergentes que, nos tempos atuais, se torna necessária, pois é uma condição indispensável para o envolvimento crítico e criterioso dos cidadãos, em particular para a geração mais jovem.

Uma das maiores dificuldades do presente projeto encontrou-se logo no seu início durante a recolha e análise de notícias dos jornais JN e P3, com base em determinadas palavras-chave. A gestão da extensão da informação recolhida revestiu-se de alguma complexidade, mas permitiu observar algumas tendências. Os dados da primeira parte do estudo e a sua análise subsequente permitiram, então, a conclusão de alguns pontos relevantes que se focaram, principalmente, no espaço dado pela comunicação social aos assuntos relevantes para os jovens; na atenção dada a iniciativas dos jovens por parte dos jornais nacionais; e na oportunidade proporcionada pelos meios de comunicação para com a participação dos jovens. Assim, compreendeu-se que, nos meios de comunicação social, o uso de conotações negativas se mostrou mais frequente, embora a informação positiva direcionada aos jovens seja também um aspeto relevante. Partindo dessa primeira parte do estudo para a análise quantitativa, confirmou-se que os temas mais abordados passavam por Portugal, a União Europeia, os jovens, os cidadãos, a política e o envolvimento de crianças. Num panorama geral onde a informação transmitida ao cidadão se manteve usualmente negativa, concluiu-se que o uso excessivo de conotações negativas poderia trazer graves consequências aos cidadãos, nomeadamente aos jovens.

Foi necessária uma abordagem mais direta e intensiva nas fases seguintes de

preparação por forma a abranger outras questões. Dentro do desenvolvimento das entrevistas, compreendeu-se que a conotação negativa mantinha o seu forte, mas foi também possível verificar que essa mesma abordagem poderia partir de algo bem mais profundo que o relacionamento dos média com os jovens e o modo como estes poderiam expor a informação. Verificou-se que, apesar do modo como os média têm vindo a expor a informação perante os cidadãos, jovens ou não, pode realmente influenciar as ações por parte destes e os modos de pensar relativamente a determinados temas, nomeadamente temas de envolvente política. Contudo, segundo os entrevistados o fator fulcral para a influência da participação do público jovem em qualquer tipo de ação parte da educação familiar e escolar que estes recebem desde crianças até à sua idade adulta. No entanto, reconhecem que a quantidade de informação existente e dos modos como é apresentada poder influenciar, de certa forma, as motivações para agir, a valorização da política e a própria participação cívica e política. Ou seja, conclui-se que a conectividade e exposição de informação negativa por parte dos média pode influenciar, em parte, a participação da comunidade jovem. No entanto, os entrevistados parecerem reconhecer que a mudança deverá iniciar-se na forma em como a educação familiar e escolar têm vindo a ser implementada devido a formatações pré-concebidas e idealizadas. A sociedade necessita de pensar em planos próprios para jovens, em ações para jovens e em programas específicos para estimular a intervenção, o pensamento crítico, a tomada de decisões. No fundo, o trabalho de mudança parte das famílias, da sociedade em geral e das escolas para que os jovens sejam capazes de pensar, criar, inovar e participar voluntariamente em ações políticas e em outras. Neste processo, os média têm também um importante papel a desempenhar que depende de transformações nos modos como representam os jovens e a política, mas também como comunicam e interagem com esta geração.

Daqui decorre a relevância da continuidade desta investigação, sobretudo acerca das influências sobre os jovens por parte dos média, bem como em contexto familiar e escolar, mas acedendo diretamente a jovens de contextos sociais diversos. Seria relevante abranger o contexto educacional em que se inserem, as mentalidades e a forma como as famílias têm vindo a contribuir para a sua relação com a esfera política, e os seus hábitos de consumo de média. Seria igualmente importante aceder a uma maior proximidade

acerca dos assuntos relacionados com as influências do dia-a-dia e os modos como os jovens participam (ou podem vir a participar) em projetos de mudança das suas comunidades.

O presente estudo, permite concluir que a estagnação da sociedade e da educação é um dos problemas para a influência dos média em torno da geração jovem, nomeadamente devido aos próprios meios de comunicação social sentirem a necessidade e adotar abordagens para que a sociedade seja mais crítica e participativa. Reconhecendo que a negatividade “promove” audiências, que a informação corrente ganhou uma força maior aos olhos dos cidadãos e que a sociedade, na sua grande maioria, desvaloriza o envolvimento jovem na ação cívica e política, o presente estudo sublinha a necessidade de um esforço coletivo da sociedade para valorizar um maior envolvimento dos jovens com os média e com a política como condição da qualidade da vida democrática.

## Referências bibliográficas

1. Bardin, Laurence (1977). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
2. Barracho, Carlos (2011). *Psicologia Política*. Lisboa: Escolar Editora.
3. Brady, John (1976). *The Craft of Interviewing*. Nova Iorque: Vintage Books.
4. Braun, V.; Clarke, V (2006). *Using thematic analysis in psychology*. In *Qualitative Research in Psychology*, Vol. 3, pp. 77-101.
5. Brites, Maria José (2015). *Jovens e Culturas Cívicas: Por entre formas de consumo noticioso e de participação*. Covilhã: Livros LabCom.
6. Butler, Udi; Princeswal, Marcelo (2012). *Culturas de participação: jovens e suas percepções e práticas de cidadania*. In *O Social em Questão*. Nº27, pp. 101-126.
7. Cardoso, Gustavo; Espanha, Rita; Lapa, Tiago; Araújo, Vera (2009). *E-Generation 2008: Os Usos de Média pelas Crianças e Jovens em Portugal*. Lisboa: Observatório da Comunicação.
8. Castro, Lúcia (2008). *Participação Política e Juventude: do mal-estar à responsabilização frente ao destino comum*. In *Revista de Sociologia e Política*. Vol. 16, nº30, pp. 253-268.
9. Dias, Sara (2014). *Jovens e Política: O papel e uso dos novos média sociais (Internet e redes virtuais) no envolvimento cívico e político dos jovens cidadãos*. Instituto Universitário de Lisboa: Departamento de Ciência Política e Políticas Públicas.
10. Figueiras, Rita (2006). *Política e media: um olhar sociológico sobre a comunicação política – entrevista a André Feire*. In *Comunicação & Cultura*. Nº2, pp. 183-191.
11. Grilo, Marçal (2008). *Educar para a Cidadania*. Lisboa: Fundação Calouste



Gulbenkian.

12. Hallin, Daniel; Mancini, Paolo (2010). *Sistemas de Média: Estudo Comparativo. Três Modelos de Comunicação e Política*. Lisboa: Livros Horizonte.
13. Helsper, Ellen; Eynon, Rebecca (2009) *Digital natives: where is the evidence?* In *British educational research journal*, pp. 1-18.
14. Ituassu, Arthur (2015). *E-Representação como comunicação política: Internet e democracia representativa*. Em *Revista Famecos: mídia, cultura e tecnologia*. Vol. 22.
15. Kahne, Joseph; Middaugh, Ellen; Allen, Danielle (2014). *Youth, New Media, and the Rise of Participatory Politics*. Nº1. Oakland: Youth and Participatory Politics Research Network.
16. Lima, Marta (2014). *O Campo Jornalístico em Portugal: Convergências e disparidades entre o jornalismo televisivo e a imprensa escrita na atualidade*. Porto: Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
17. Lopes, Rita (2015). *O poder dos média na sociedade contemporânea*. Covilhã: Universidade da Beira Interior.
18. Magro, Catarina; Carrilho, Ernestina; Eliseu, André; Lobo, Maria; Martins, Ana Maria; Pereira, Sandra (2007). *Normas de Transcrição*. In *Corpus Dialectal para o Estudo da Sintaxe*.
19. Martino, Luís (2011). *Três hipóteses sobre as relações entre mídia, entretenimento e política*. In *Revista Brasileira de Ciência Política*. Nº6, pp. 137-150.
20. Mattos, A. R.; Mesquita, M. R. (2013). *A participação política de jovens no contemporâneo e seus desafios*. Brasil: Universidade do Estado do Rio de Janeiro.
21. McQuail, Denis (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: Sage Publications Ltd, ed. 6.

22. Menezes, Isabel; Fernandes-Jesus, Maria; Ribeiro, Norberto; Malafaia, Carla (2012). *Agência e Participação cívica e política de jovens*. Porto: LivrPsic, ed. 1.
23. Mesquita, M. R.; Bonfim, J.; Padilha, E; Silva, A. C (2016). *Juventudes e participação: compreensão de política, valores e práticas sociais*. Brasil: Universidade Federal de Alagoas.
24. Miguel, Luis Felipe (2002). *Os meios de comunicação e a prática política*. In *Lua Nova*. Nº55-56, pp. 155-184.
25. Moreira, Ana; Araújo, Emília; Sousa, Helena (2017). *Comunicação e Política: tempos, contextos e desafios*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
26. Muntean, Alina (2015). *The Impact of Social Media Use of Political Participation*. Denmark: Aarhus University.
27. Mycock, Andrew. Tonge, Jonathan (2014). *Beyond the Youth Citizenship Commission: Young People and Politics*. London: Political Studies Association.
28. Piedade, Filipe; Ribeiro, Norberto; Ferreira, Pedro; Menezes, Isabel (2016). *WP5: Representation of the EU and youth active EU citizenship in the média environment*. Porto: Faculdade de Psicologia da Universidade do Porto.
29. Quintelier, Ellen (2007). *Differences in political participation between young and old people*. In *Contemporary Politics*, Vol. 13, nº2. Belgium: Catholic University of Leuven.
30. Quivy, Raymond; Campenhoudt, Luc (2013). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Lisboa: Gradiva, ed. 6.
31. Ramilo, Maria Celeste; Freitas, Tiago (2002). *Transcrição Ortográfica de Textos Orais: problemas e perspectivas*. In *Actas de Encontro Comemorativos dos 25 anos do Centro de Linguística da Universidade do Porto*, Vol. 2. Porto: Centro de

Linguística da Universidade do Porto.

32. Rosa, António Machuco (2016). *A Comunicação e o Fim das Instituições – Das Origens da Imprensa aos Novos Média*. Lisboa: Média XXI.
33. Salman, Ali; Ibrahim, Faridah; Abdullah, Yusef; Mustaffa, Normah; Mahbob, Maizatul (2011). *The Impact of New Média on Traditional Mainstream Mass Média*. In *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, Vol. 16, nº3.
34. Santos, João de Almeida (2012). *Média e Poder: o Poder Mediático e a Erosão da Democracia Representativa*. Lisboa: Nova Vega e Autor, ed. 1.
35. Sebastião, Sónia; Lourenço, Joana (2016). *As fontes de informação digitais sobre política: estudo exploratório com jovens adultos portugueses*. In *Observatório Journal*. Vol.10, nº1, pp. 125-135.
36. Serrano, Estrela (2006). *A dimensão política do jornalismo*. In *Comunicação & Cultura*. Nº 2, pp. 63-81.
37. Schiffrin, Anya (2014). *Global Muckraking: 100 years of investigative journalism from around the world*. New York: The New Press.
38. Srygley, Sara (1978). *Influence of Mass Média on Today's Young People*. In *Educational Leadership*. Vol. 35, nº7, pp. 526-529.
39. Sullivan, J. L.; Transue, J. E. (1999). *The psychological underpinnings of democracy: A selective review of research on political tolerance, interpersonal trust, and social capital*. In *Annual Review of Psychology*, 50, pp. 625–650.
40. Turner, Barry; Orange, Richard (2013). *Specialist Journalism*. London and New York: Routledge.
41. White, Clarissa; Bruce, Sara; Ritchie, Jane (2000). *Young people's politics: Political interest and engagement amongst 14–24 year olds*. London: Joseph Rowntree Foundation.

## **Anexos**

## **Anexo 1 – Guião para entrevistas**

1. Se possível, gostaria de começar a presente entrevista pedindo-lhe uma breve apresentação sua.
2. Como sabe, o tema da tese que estou a realizar baseia-se numa possível influência dos média na participação política dos jovens. Nesse sentido, e após dados previamente estudados, compreende-se que os jovens têm vindo a ser representados maioritariamente de forma negativa na comunicação social. Na sua opinião, existem motivos para que esta situação aconteça?

*[ Se sim, porque? Se não, porque não? ]*

3. De acordo com a investigação foi possível verificar que os temas políticos não são abordados em relação com os jovens, mesmo sendo verdade que, nos últimos anos, muitas das grandes manifestações em vários países têm sido lideradas por jovens. Tendo em conta a sua experiência *[na política ou na imprensa]*, poderá explicar o porquê de isto acontecer?
4. Nós, portugueses, temos vindo a ser representados cada vez mais de forma positiva, tanto em contexto nacional como internacional. Que razões levam a comunicação social a ter uma visão mais negativa desta geração?
5. Tratando agora dos temas políticos, estes normalmente são abordados de forma negativa tanto pelos cidadãos como pelos média. Na sua opinião, quais os motivos que levam a este tipo de abordagem?
6. Relativamente à questão anterior, poderá este tipo de abordagem levar ao afastamento dos jovens na participação política e abdicar de parte do seu dever como cidadão?

*[ Se sim, porque? Se não, porque não? ]*

7. O que poderá levar esta geração jovem a uma aproximação política e à procura pela participação? Considera a participação jovem um fator importante para o desenvolvimento do país?

*[ Se sim, porque? Se não, porque não? ]*

8. Atualmente os meios de comunicação social têm vindo a ser colocados de fora no que toca à obtenção de informação pelo público mais jovem. Na sua opinião, quais os fatores mais importantes a aplicar, ou a mudar, para que esta geração opte de novo pelos média?

*[ Porquê? ]*

9. Por último, considera que os média poderão produzir efeitos positivos ou negativos perante os jovens? De que forma? O que recomendaria para uma possível melhoria da situação?

## Anexo 2 – Cartas de Consentimento Informado



### Carta de Consentimento informado

No âmbito da investigação, orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo, presente no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Cultura, Património e Ciência da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, insere-se o desenvolvimento da dissertação intitulada de “*a influência dos media na participação política do público jovem em contexto europeu*”.

Para cumprir o objetivo de estudo, pretende-se a sua colaboração através da realização de uma entrevista semiestruturada, na qual será abordada a sua experiência e opinião acerca do tema acima indicado. Necessita-se ainda de proceder ao registo em áudio da presente entrevista. Este registo será única e exclusivamente utilizado pela investigadora encarregue pelo estudo, podendo vir a ser disponibilizado apenas à orientadora acima referida e ao painel de júris para efeitos de avaliação da dissertação em causa. A participação nesta atividade é voluntária, sendo que é possível retirar-se desta a qualquer altura ou recusar em participar, sem qualquer tipo de consequências.

Agradeço desde já o seu contributo visto este ser fundamental para o progresso do estudo em questão. Para qualquer informação, poderá entrar em contacto com a investigadora através do seguinte e-mail: [up201004664@letras.up.pt](mailto:up201004664@letras.up.pt).

A Investigadora

---

Tomei conhecimento do pedido de colaboração e, tendo compreendido o que este implica, declaro que aceito participar nesta investigação e autorizo que as informações resultantes da observação e entrevistas realizadas à minha pessoa sejam utilizadas pela investigadora responsável pelo estudo para a sua dissertação inserida no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

O/A Participante

Porto, 16 de Fevereiro, 2018

### **Carta de Consentimento informado**

No âmbito da investigação, orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo, presente no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Cultura, Património e Ciência da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, insere-se o desenvolvimento da dissertação intitulada de “*a influência dos media na participação política do público jovem em contexto europeu*”.

Para cumprir o objetivo de estudo, pretende-se a sua colaboração através da realização de uma entrevista semiestruturada, na qual será abordada a sua experiência e opinião acerca do tema acima indicado. Necessita-se ainda de proceder ao registo em áudio da presente entrevista. Este registo será única e exclusivamente utilizado pela investigadora encarregue pelo estudo, podendo vir a ser disponibilizado apenas à orientadora acima referida e ao painel de júris para efeitos de avaliação da dissertação em causa. A participação nesta atividade é voluntária, sendo que é possível retirar-se desta a qualquer altura ou recusar em participar, sem qualquer tipo de consequências.

Agradeço desde já o seu contributo visto este ser fundamental para o progresso do estudo em questão. Para qualquer informação, poderá entrar em contacto com a investigadora através do seguinte e-mail: up201004664@letras.up.pt .

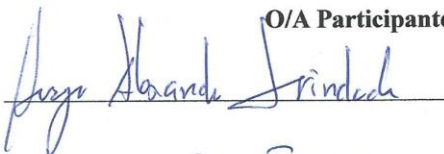
**A Investigadora**



---

Tomei conhecimento do pedido de colaboração e, tendo compreendido o que este implica, declaro que aceito participar nesta investigação e autorizo que as informações resultantes da observação e entrevistas realizadas à minha pessoa sejam utilizadas pela investigadora responsável pelo estudo para a sua dissertação inserida no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

**O/A Participante**



Porto, 23 de Fevereiro, 2018



### Carta de Consentimento informado

No âmbito da investigação, orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo, presente no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Cultura, Património e Ciência da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, insere-se o desenvolvimento da dissertação intitulada de “*a influência dos media na participação política do público jovem em contexto europeu*”.

Para cumprir o objetivo de estudo, pretende-se a sua colaboração através da realização de uma entrevista semiestruturada, na qual será abordada a sua experiência e opinião acerca do tema acima indicado. Necessita-se ainda de proceder ao registo em áudio da presente entrevista. Este registo será única e exclusivamente utilizado pela investigadora encarregue pelo estudo, podendo vir a ser disponibilizado apenas à orientadora acima referida e ao painel de júris para efeitos de avaliação da dissertação em causa. A participação nesta atividade é voluntária, sendo que é possível retirar-se desta a qualquer altura ou recusar em participar, sem qualquer tipo de consequências.

Agradeço desde já o seu contributo visto este ser fundamental para o progresso do estudo em questão. Para qualquer informação, poderá entrar em contacto com a investigadora através do seguinte e-mail: up201004664@letras.up.pt .

A Investigadora



---

Tomei conhecimento do pedido de colaboração e, tendo compreendido o que este implica, declaro que aceito participar nesta investigação e autorizo que as informações resultantes da observação e entrevistas realizadas à minha pessoa sejam utilizadas pela investigadora responsável pelo estudo para a sua dissertação inserida no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

O/A Participante



Porto, 2 de maio, 2018


### **Carta de Consentimento informado**

No âmbito da investigação, orientada pela Professora Doutora Isabel Maria Alves e Menezes Figueiredo, presente no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação na vertente de Cultura, Património e Ciência da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, insere-se o desenvolvimento da dissertação intitulada de “*a influência dos media na participação política do público jovem em contexto europeu*”.

Para cumprir o objetivo de estudo, pretende-se a sua colaboração através da realização de uma entrevista semiestruturada, na qual será abordada a sua experiência e opinião acerca do tema acima indicado. Necessita-se ainda de proceder ao registo em áudio da presente entrevista. Este registo será única e exclusivamente utilizado pela investigadora encarregue pelo estudo, podendo vir a ser disponibilizado apenas à orientadora acima referida e ao painel de júris para efeitos de avaliação da dissertação em causa. A participação nesta atividade é voluntária, sendo que é possível retirar-se desta a qualquer altura ou recusar em participar, sem qualquer tipo de consequências.

Agradeço desde já o seu contributo visto este ser fundamental para o progresso do estudo em questão. Para qualquer informação, poderá entrar em contacto com a investigadora através do seguinte e-mail: up201004664@letras.up.pt .

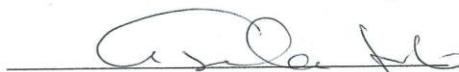
**A Investigadora**



---

Tomei conhecimento do pedido de colaboração e, tendo compreendido o que este implica, declaro que aceito participar nesta investigação e autorizo que as informações resultantes da observação e entrevistas realizadas à minha pessoa sejam utilizadas pela investigadora responsável pelo estudo para a sua dissertação inserida no plano curricular do 2º ano do Mestrado em Ciências da Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.

**O/A Participante**



Porto, 17 de dezembro, 2018

### **Anexo 3 – Transcrições das Entrevistas**

Data da entrevista: 16/02/2018

Nome do entrevistador: Carla Costa

Nome do entrevistado: Sebastião (nome fictício)

Cargo do entrevistado: Jornalista

Tipo de entrevista: Presencial

Duração: 1 hora e 34 minutos

#### **Transcrição**

Carla – Antes de mais, obrigada por ter vindo e por me ajudar aqui na entrevista...

Sebastião – Claro, de nada.

Carla – Tal como pôde ler na carta de consentimento informado, posso omitir o seu nome... da dissertação caso assim o pretenda... e todos os dados serão apenas utilizados para a dissertação e para apresentação ao júri ou orientador.

Sebastião – Hum.

Carla – Se possível, gostaria de começar a entrevista pedindo uma breve apresentação sua.

Sebastião – Hum! Ora... Ahm... Chamo-me Sebastião ( ), tenho vinte e quatro anos, ah... sou jornalista... comecei há seis anos, tinha dezoito, estava a acabar o primeiro ano de faculdade e tirei o curso em ciências da comunicação na Universidade do Porto e já trabalhei entretanto em alguns sítios, principalmente nos regionais, ou seja, trabalhei no Gaiense, depois no jornalismo.net, uma passagem na Lusa, depois trabalhei em mais alguns locais como o Porto 24... e entretanto estou à cerca de ano e meio na agência Lusa. Ahm... e acho que é isso relevante para aqui, sim.

Carla – Ahah. Ok, foi uma boa apresentação, obrigada. Ahaha.

Sebastião – Ahaha, sim.

Carla – Como sabe o tema da tese que estou a realizar baseia-se numa possível influência dos média na participação política dos jovens. Nesse sentido, e após dados previamente estudados, compreende-se que os jovens têm vindo a ser representados maioritariamente de forma negativa na comunicação social. Na sua opinião, existem motivos para que esta situação aconteça?

Sebastião – Hum hum. Ok. Ahm... eu eu acho que... há motivos que são se calhar, se calhar é complicado agarrar de certa forma, ou seja, ahm... eu acho que sem dúvida, sem dúvida isso se percebe e é uma perceção perfeitamente natural na maior parte... das pessoas de que os jovens... são vistos de forma negativa, eu acho que... há há há primeiro há aquele byass geracional que acontece muitas vezes que é os mais velhos acham sempre que as gerações mais novas... ah... estão a fazer alguma coisa errada, não é?

Carla – Sim.

Sebastião – Ahm... e depois acho que a a a geração que hoje em dia é jovem, quer dizer, eu posso-me incluir mas podemos ficar ainda pra baixo, teve uma enorme pressão por causa de... sofre uma grande pressão em cima no que toca a, no que toca à conjuntura política e económica, ou seja atravessamos um período de intervenção da troika, do FMI e e onde houve toda toda uma série de manifestações da geração à rasca e tudo isso, ou melhor da geração rasca, como como era chamada...

Carla – Sim.

Sebastião – Em si, ahaha, é o exemplo perfeito do que tavas a dizer...

Carla – Ahaha, sim!

Sebastião – E acho que essa conjuntura criou um conjunto de condições para que fosse, houvesse uma pressão muito grande, ou seja os jovens que iam pra universidade e tinham que emigrar. Os jovens que depois não trabalhavam. Depois há aquela, aquela coisa muito portuguesa que é a geração nem nem, é o tipo de dados que em Portugal ganhou uma relevância muito grande e isso normalmente é sempre associado aos

jovens...

Carla – Ou seja nem trabalham nem estudam, é isso?

Sebastião – Exatamente. Essa essa geração, esse número de pessoas, que dizer... ah... é uma coisa muito estigmatizante porque é sempre associado aos jovens e e acho que há um, ou melhor isto pra volta à pergunta, para tentar volta à pergunta porque acho que não é muito fácil de perceber... acho sem dúvida que há um... devirá a partir desse byass geracional e de, e de uma ideia que é repetida... psiquicamente de que os mais jovens são a culpa, os mais jovens não votam, ah, os mais jovens não trabalham, os mais jovens não estudam. E depois se calhar como esta geração é a que mais teve possibilidades de estudar e de chegar a outros níveis, depois também é fácil de lhes cobrar. Ajuda também, acho eu, mas isso se calhar tens aí preparado mais para a frente, de que os jovens sejam também mais desligados do que nunca do média e e não só dos média mas de uma participação mais ativa. Claro que uma coisa anda de mão dada com a outra mas eu acho que isso também ajuda. Ah... eu acho que sim. É difícil perceber as razões porque eu acho que não há de facto uma razão, ou seja não há... um... alguém que diz assim: Ok nós temos que fazer um retrato menos fiel. E tou a falar em média minimamente confiáveis não é. Ah... acho que há outros sítios e vou usar, vou usar um exemplo que é fácil e... e é fácil de o comprovar, casos como no Correio da Manhã ou como na CM TV é é... ah, é muito fácil que aí essa cobertura seja assim porque o público deles é um público muito mais velho que gosta de ver as histórias que em si... já estão no limite do que é o jornalismo, ahah...

Carla – Ahaha.

Sebastião – E onde as pessoas são tratadas no limite do que é o decente, não é?

Carla – Claro.

Sebastião – Por exemplo, um exemplo deles é o tratamento deles da cobertura do que aconteceu no Urban, foi uma coisa absolutamente lastimável porque foi... basicamente uma culpabilização de toda uma geração e muito muito muito no limite de de de profiling racial ah... que não devia acontecer mas na maior parte dos sítios normais ah... eu acho que num... não é suposto mas há de facto um deligar mutuo das duas partes.

Ah, mas sim, se calhar isso tens mais para a frente e já lá vamos outra vez.

Carla – Ahahah, não. Foi sem dúvida uma boa resposta.

Sebastião – Hum.

Carla – Agora avançando para a seguinte, ah... de acordo com a investigação, foi possível verificar que os temas políticos não são abordados em relação a... com os jovens. Mesmo sendo verdade que nos últimos anos muitas das grandes manifestações em vários países têm sido lideradas por jovens. Que foi aquilo que referiu agora...Tendo em conta a sua experiência na imprensa, poderá explicar o porquê disto acontecer?

Sebastião – Hum... hum hum. Ah... desculpa podes só repetir... ah... ou seja disseste que o estudo comprova que as manifestações têm sido lideradas por jovens mas...

Carla – Exatamente.

Sebastião – Mas não há uma cobertura associada aos jovens e á política, ou seja, os dois temas não estão relacionados.

Carla – Exatamente. Apesar das grandes manifestações pertencerem aos jovens, ah, estes não são interligados aos temas políticos. E qual é o motivo, tendo em conta a experiência que tem na imprensa, o motivo disto acontecer.

Sebastião – Hum hum.

Carla – Ou os motivos. Ahaah.

Sebastião – Certo! Ah... Eu eu acho que acontece uma série de coisas... ahm... acho acho que para começar, uma coisa que eu acho que acontece um pouco no jornalismo português, mas não vou dizer que é essa a razão, acho que é uma possível razão ou algo que possa acontecer é que... ah... o tratamento que é dado, por exemplo a uma manifestação, nem sempre, nem sempre é... ah... se calhar há um, há uma decisão conscienciosa, pouco conscienciosa, de não colar uma manifestação a jovens por uma ideia paternalista de que o público não vais achar de que é uma manifestação tão séria. Ou seja, acho que, e até se ligarmos à primeira resposta, eu acho que há algum paternalismo na ideia de que se as pessoas acharem que uma coisa está associada aos jovens vai ser vista como mais negativa do que é, vai ser desvalorizada. O que, de novo,

também trás também trás isso para a comunicação em si e acho que... depois há um fator que é... a política aparece cada vez menos na vida dos jovens no que é, no que vamos chamar os grandes canais, ou os canais tradicionais, e isso acontece porque, por exemplo os jornais que se demitiram da função de informar os jovens, especificamente os jovens, ou seja havia uma série de projetos dedicados a crianças e a jovens e a idades mais novas que deixaram de surgir, quer dizer hoje em dia há pouquíssimos exemplos... de um projeto diretamente ligado aos jovens e isso ajuda a que não haja uma proximidade muito grande. Ahm... E depois acho que... acho que no caso dos jovens, e no caso desse tipo de manifestações, eu acho que a geração percebeu rapidamente que não pode contar, e é um problema gravíssimo, não pode contar com os média para um... para trabalharem juntos por assim dizer no sentido de cidadania. Eu acho que isso acontece porque os média em Portugal são hoje em dia vistos como parte do sistema, ou seja, é como algo que faz parte do problema e não uma possível parte da solução.

Carla – Ou seja já não tanto o chamado antes quarto poder...

Sebastião – Sim. Sim.

Carla – Em vez de servir de apoio já serve como um não apoio a esta geração, é isso?

Sebastião – Sim. Eu acho sem dúvida nenhuma que isso acontece. Eu acho que a geração, porque é um problema geral na forma como é vista a imprensa, mas os jovens em particular eu acho que vêem os média e a comunicação social como parte do problema, como parte desse sistema no qual eles se sentem oprimidos e se sentem mal e por isso é que depois estas manifestações muitas vezes têm meses ou semanas de planeamento e de preparação e ninguém sabe nada disso, ou seja eu acho que ninguém esperava, por exemplo no caso da chamada geração rasca ou à rasca, eu acho que ninguém esperava aquele impacto e aquela dimensão da manifestação e acho que isso se explica precisamente porque há hoje em dia um circuito alternativo no qual os jovens falam e discutem política e se juntam e preparam iniciativas de ativismo e como os média se desligaram dos jovens, a culpa é dos média. Se eles se afastaram dos jovens não têm forma de saber nem de fazer parte e pensar nesse trabalho conjunto. Por isso não há de

facto essa... essa proximidade. Acho que sim. Eu se calhar mais tarde vou-me lembrar de respostas aquilo que estamos a falar.

Carla – Sim, ahaha! Esta questão que eu vou fazer a seguir vai-se juntar precisamente aquilo que estive agora a falar, que tem a ver com o facto de nós, portugueses, termos vindo a ser representados de forma positiva, ou cada vez mais positiva, tanto no contexto nacional como internacional e... basicamente é, quais as razões que levam a comunicação social a ter uma visão negativa desta geração. Tendo em conta que somos representados de forma tão positiva, o porquê da comunicação social ter assim esta visão negativa que tem vindo a falar?

Sebastião – Hum hum hum. Curioso. Vou pensar um bocadinho mas... hum hum.

Carla – Á vontade, ahaha.

Sebastião – Hum hum. Ah... eu... eu acho que, olha... eu acho que esse lado de ver os portugueses de uma forma positiva é muito curioso porque acho que nesse fenómeno de... se elogiar Portugal, o esforço português e tudo... há um sentido de despersonalização disso, ou seja não há uma noção muito clara, por exemplo quando se fala na televisão, quando vemos nos jornais, normalmente não se mencionam sequer... por exemplo, ah, pode haver um jornal que mencione que, por exemplo, que durante o período da troika se calhar a classe média sofreu grande parte dos cortes e a grande parte do peso da... daquelas iniciativas e... mas não há uma noção que este lado positivo aconteceu porque houve mais trabalho, ou seja há indicadores económicos que são citados e isso é despersonalizar o esforço do país e depois, lá está, paradoxalmente aparece o português visto como como um grande trabalhador, como cumpridor e como tudo isso... é um bocado á boleia do que é a estratégia também do governo na Europa, e depois a... isso é um primeiro ponto. Eu acho que depois sobre os jovens... eu acho que é... os jovens têm outros fatores que é... os jovens são um alvo fácil, e tenho quase a certeza que vais ter isso aí para a frente, porque não têm voz nos média que é o... o que eu acho que é um gravíssimo problema que é, ah... eu normalmente não faço isso até porque hoje em dia estou a trabalhar um bocadinho mais fora da política, mas quando fazia política, ah, era muito frequente se eu, se eu entrevistasse pessoas abaixo dos 30 anos que alguém me



pedisse para entrevistar outra pessoa mais velha que falasse do tema, ah, nem que fosse para completar a peça, ou seja quando nós pedimos para falar com um especialista é normalmente um homem branco e acima dos 50, nunca é... e aí abrias outra tese para falar da posição das mulheres...

Carla – Ahahaha!

Sebastião – Ah, ou seja, é normalmente um homem branco e acima dos 50 anos porque... e depois é claro que é fácil acontecer na representação dos média os jovens não aparecerem e então de repente há ali uma falange da população que não é representada... e que há quase essa ideia que depois... que a culpa é deles, porquê que eles não aparecerem, porque eles não são citados, só se eles fizessem alguma coisa de espetacular eles apareciam não é. Se nós fossemos fazer uma espécie de estudo estatístico... quantos jovens são citados nos média e as suas profissões, tu vais encontrar uma série de futebolistas e uma série de músicos, não é? Ou então vais encontrar aquele investigador de Harvard, aquele puto espetacular que aos vinte e quatro já está em Harvard a fazer não sei quê. Ou seja... mas depois por exemplo podemos entrevistar aquele tipo perfeitamente normal que tem quarenta e cinco anos mas não entrevistas o mesmo tipo de pessoa nos vinte e quatro. Ah... se...

Carla – Tem então tudo a ver com a idade, experiência da pessoa... isso é o que é capaz de interligar os média a uma visão negativa desta geração, é isso?

Sebastião – Ah... sim. Em parte. Porque acho que, acho que se... se os jovens não são representados, ou seja, não têm uma voz nos média ou têm uma voz mais pequena nos média, depois também é fácil que acabem por sofrer com isso. E depois liga-se, liga-se outra possível razão, porque acho que é muito difícil diagnosticar a sério isto, que é a classe jornalística em si é muito envelhecida. Ahm... Não há... Eu posso, eu posso fazer isso na Lusa, na Lusa e excetuando um projeto da Google que até já acabou, mas se eu excetuar essas pessoas que eram todas de facto muito novas, eu acho que haverá... seis, sete ou oito pessoas abaixo dos trinta numa empresa que tem mais de duzentos trabalhadores, quer dizer, isso diz tudo sobre a classe e tenho a certeza que não é o único sítio assim. Todos os sítios onde trabalhei eu era dos, se não o mais novo, o tipo novo ou

um dos tipos novos da redação e... e lá está... e aí também é fácil porque se tu tens alguém jovem que percebe o que está a acontecer com uma geração, de repente é muito mais fácil encontrar temas dentro dessa geração que mostrem uma mudança, o que está a acontecer. Ahm... e, e eu noto porque às vezes são pessoas que estudaram comigo, que publicam no Jornal de Notícias ou até noutros sítios, muitas vezes trabalhos feitos com luz positiva ou com luz neutra sobre os jovens são feitos por pessoas que estudaram comigo, ou seja, pessoas que estão abaixo dos 30 anos, o que diz muito precisamente porque as gerações mais velhas têm um interesse mais pequeno em perceber o que está a acontecer com esta geração. Ah... o que acontece muitas vezes nas notícias e nas notícias negativas é que muitas vezes os jovens são vistos numa luz negativa porque é quando algo negativo acontece e depois há uma coisa, por exemplo, se nós pegarmos no... no terrível tiroteio nos Estados Unidos esta semana, se acontece agora um momento qualquer, ahm... há um, há um jovem qualquer em Portugal que se barrica, não é? A geração vai receber um ataque nos próximos, nos próximos meses dos média muito grande e por uma razão, porque os média não entendem o que é esta falange gigantesca da população que são os jovens. Porque estão desligados, não estão próximos uns dos outros. Sim, acho que é isto. Ahah. Sim.

Carla – Isso foi sem dúvida uma boa resposta e já permitiu compreender muita coisa que... que tanto eu como muitas outras pessoas não faziam ideia que exista aí dentro dos média. Tratando agora acerca de temas políticos, estes são abordados normalmente de forma negativa tanto pelos cidadãos como pela comunicação social. Na sua opinião, quais são os motivos que levam a este tipo de abordagem?

Sebastião – A abordagem negativa ao que é política nacional e por aí fora, não é?

Carla – Tanto pelos cidadãos que...

Sebastião – Sim. Como pelos média, não é?

Carla – Exatamente.

Sebastião – Aahahahahahahahaha. Ah... Hum... Não sei, olha para começar normalmente os jornalistas são em si pessoas. Ahaha. Não é? E acho que nós tenhamos que ser isentos a certas coisas que acabam por nos guiar e depois... há um impacto muito

maior do que eu e qualquer pessoa na área gostavam de admitir e aliás, a maior parte das pessoas na área tem dificuldades em admitir, e a mim custa-me porque é de facto muito mau, que é... ah... olha agora perdi-me, espera aí. Ah...

Carla – Ahaahah. Posso repetir a questão se precisar.

Sebastião – Não não, não é isso, eu perdi-me foi na minha resposta. Eu lembro-me da pergunta, não me lembro é do que eu ia dizer que nos custa admitir. Isto é estúpido. Ah... Eu vou lá chegar eventualmente. Ah... acho que há uma coisa que é... ah, para começar as pessoas normalmente, os políticos são todos os mesmos e só servem para me ir ao bolso, porque em si é uma visão simplista do que é a política e que entra... nesta questão do que é uma cidadania ativa e no espírito crítico segundo a política que eu acho que é, que é uma das coisas que é um erro crasso, que é a educação portuguesa, e depois... depois podemos lá ir porque eu cheguei-te a dizer que estou envolvido num projeto do sindicato e ministério da educação relacionado com isso, mas depois posso falar disso, mas acho que isso acontece, no caso das pessoas é porque as pessoas, primeiro os mais velhos viveram num período de ditadura e depois viveram um período de grande agitação política [ruído] e depois viram o país fazer-se à luz da integração europeia com 3 intervenções do FMI, portanto acabaram por se sentir sempre roubados, usando a linguagem muitas vezes do povo. No caso dos média, o que acontece é... primeiro, ah! Já sei o que eu ia dizer! Eu tinha dito que me ia lembrar! Que é, os média hoje em dia caem muito num vício terrível, que é errado, de dar às pessoas o que elas querem em vez da informação como devia de ser e acho que no caso, especialmente da política, isso acontece porque quando, quando aparece... quando o governo anuncia o orçamento de estado e o disponibiliza a primeira coisa que qualquer órgão da comunicação social a fazer é onde é que as pessoas vão gastar mais dinheiro, onde vão buscar mais dinheiro ao bolso das pessoas... [ruído] Quando a abordagem primordial é... quanto é que te vão tirar e não é dizer às pessoas onde é que o governo vai investir mais, onde é que o país pode crescer, quando é que provavelmente vamos passar mal ou seja o que for, ou seja informar as pessoas sobre o que vai acontecer, do que possivelmente vai acontecer no ano económico do país a seguir e o objetivo é dizer: vais perder... se fumas vais perder mais dez cêntimos em cada maço. E depois vamos ter um imposto extraordinário, e não digo

obviamente que isso não tenha que ser reportado, claro que sim, mas esta é a abordagem primordial, ou seja é dar às pessoas algo que as pessoas naturalmente querem, que é perceber os assuntos que são à partida de primeiro interesse, que é: quanto dinheiro é que me veem buscar ao bolso? Qual é a fatura que quebrou? Porquê que quebrou e não sei quê, e se eu ainda posso meter as faturas? Ou seja... acaba por ir muito de encontro àquilo que o público quer que eu acho que é um erro crasso... [ruído]

Carla – Ou seja, os média acabam por seguir uma linha de pensamento que os cidadãos querem ver e não propriamente a informação que é necessária passar.

Sebastião – Sim. Sim, sem dúvida nenhuma porque... e dou-te... vou usar um exemplo ainda por cima que é muito caro aos jovens que é, neste último orçamento de estado o... o estado anunciou mudanças no regime de trabalhadores independentes, ou seja nos recibos verdes... ah, que é uma realidade tristíssima para, para muitos jovens e para muita gente... e o quê, o quê que aconteceu aí? O... o governo ainda não sabia... exatamente em que moldes é que o novo regime de recibos verdes ia funcionar, ahm... porque ainda ia discuti-lo com, com os parceiros à esquerda, ou seja ainda podia haver mudanças nesse regime... o quê que aconteceu: eu na altura cheguei até a guardar isso, houve houve três jornais, e não vou dizer quais porque não me lembro dos três, ou melhor não me lembro de um deles, que fizeram três análises radicalmente diferentes sobre o quê que ia acontecer baseados no primeiro projeto do, do governo, ou seja o quê que aconteceu: ah... um... órgão de comunicação social mais associado à direita fez uma abordagem no qual era catastrófico pro... para o... para os trabalhadores independentes. Outro mais alinhado à esquerda disse que era um, um regime que respondia a necessidades já de anos, e depois houve um mais neutro que fez uma análise que era só errada porque era um jornal associado... ah ao sentido económico e não tem realmente pessoas que percebam disso, ahm... e e então isto exemplifica o quê que acontece aqui, que é os média pensam que as pessoas querem já saber o quê que vai acontecer nos recibos verdes e vão dar-lhes isso, quando aquilo que deviam ter explicado às pessoas é: aquilo que o governo planeia é alterar o regime dos recibos verdes, é alterar a forma como as deduções são feitas, mas ainda vai discutir isso com os parceiros à esquerda. Isto é a notícia, isto é o que as pessoas têm que saber. Não é o que poderá acontecer ou o que o

governo pretende fazer até porque depois o projeto efetivamente foi discutido com a esquerda e foi completamente mudado. Ahm... portanto houve um desrespeito claro dos jornais que literalmente puseram as fichas numa decisão que não aconteceu. E é isto, sim. Eu acho que as pessoas... os média vão ao encontro dos interesses das pessoas e isso não devia acontecer. Os média têm que ir ao encontro sempre da informação e de proteger no sentido de, lá está, de quarto estado como estavas a dizer, de proteger... ah... as pessoas e acho que nem sempre isso acontece e é por isso que depois a classe política é vista como negativa e também como um escudo que os jornais usam para defletir de certa forma alguma da... da raiva e do descontentamento que as pessoas muitas vezes têm, que muitas vezes vão parar às caixas de comentários dos jornais ou vão parar aos jornais ou às televisões ou seja onde for e isso é uma forma de escudo de, de defletir isso para a classe política. Acho que sim.

Carla – Ah... E essa... Essa resposta que, que me deste agora vai de encontro precisamente à próxima questão, ah... que tem a ver com o tipo de abordagem. Ah... se poderá esta abordagem levar a um afastamento dos jovens na participação política e abdicar de parte do seu dever como cidadão.

Sebastião – Sim. Sem dúvida nenhuma. Sem dúvida nenhuma. Acho que o problema é muito mais profundo, mas sim, sem dúvida nenhuma é... é aquilo que eu estava a dizer que a partir, eu acho que... se, se os jovens estão desligados do que é a infor... informação e... e os meios de comunicação social, ahm... e digo isto... não só no sentido de não lerem e não consumirem informação, mas no sentido precisamente do que estava a dizer há bocado... não serem representados neles por culpa dos meios de comunicação social... naturalmente que o que vai acontecer é: primeiro, numa ideia de... recuar os meios de comunicação social ao problema, ou seja, há uma ideia de sistema. E depois um afastamento porque uma pessoa se sente isolada, sente que de facto não tem possibilidades de ter voz, não tem possibilidades de se sentir protegida, não tem ninguém do canto deles, uma ideia de ringue, não há ninguém no canto deles a lutar com eles... e e obviamente que isso desmotiva a participação, a participação cívica não é, quando... quando nós pegamos na ideia romântica, pegamos num jornal e nos sentimos informados, nos sentimos revoltados com algo mas nesse jornal percebemos que há uma associação

de pessoas que na sua maioria são lideradas por jovens que querem contrariar uma situação, querem dar resposta a uma situação que está errada, nesse momento uma pessoa sente-se mais motivada a isso, sente-se com vontade ou se juntar a essa associação ou de fazer o possível do seu lado. Se não há essa cobertura, não acontece nada. Eu acho que... eu vou muito longe para dar esse exemplo... na América depois da eleição do Donald Trump para presidente, ahm...

Carla – A eleição do ano.

Sebastião – Sim. Ahahaha. A eleição do século se calhar! Mas, mas o... o que aconteceu ali é... muitos jornais, principalmente os regionais que têm uma força que cá em Portugal só poderíamos sonhar, quer dizer, quando falamos de um jornal estatal na América estamos a falar de um jornal que teria um tamanho para um... para um território que tem a dimensão de um país na Europa, portanto esses jornais redimensionaram, redirecionaram completamente a sua atenção para os jovens e para a comunidade em vez de uma ideia de caixa de ressonância do poder, ou seja, ah... camara... como aqui, camara faz x, jornal reporta x e povo depois é que tem de perceber se aquilo é uma forma de nos atirar areia para os olhos ou seja o que for, isso é... enfim. E então houve uma reconfiguração muito grande na América para perceber o que preocupava as pessoas, para fazer... uma coisa que lá funcionou muito, principalmente para a classe jovem, que era sessões de esclarecimento, ou seja, de repente... ah, o Trump faz aqui... aquele, aquela... aquela lei que impede os muçulmanos de entrar, entrar na América e de repente houve uma data de, uma série de jornais que fizeram sessões de esclarecimento para toda a comunidade, e de repente havia muitos jovens que se sentiram representados pelo... pelos meios de comunicação social porque lhes deram uma plataforma de falar, de ser ouvidos, de ser esclarecidos e de se juntarem...

Carla – Ou seja, supostamente aquilo que os média deveriam de fazer constantemente.

Sebastião – Exatamente. Exatamente. Eu acho que a noção de comunidade está completamente desligada do... do que é os órgãos de comunicação social e, e é um grande problema... ah... eu trabalhei trabalhei em vários jornais locais e regionais e em nenhum

deles eu vi isso, ou seja, via exemplos esporádicos se... sei lá, se eu fizesse... porque lá está! É uma batalha antiga que eu tenho porque fiz algumas coisas e tentei chamar a atenção disso em alguns sítios, por exemplo no Semanário Atlântico, um jornal local de muito pouca duração, fiz uma reportagem sobre um crowdfunding numa escola em Gondomar para... substituir os telhados de amianto. Eles tinham aquelas coberturas de amianto, ahm... e tinham feito um crowdfunding como as pessoas fazem para editar um cd, [ruído] e lá falei com as mães e tudo isso, a direção da escola e toda a coisa e depois o jornal saiu... e eles receberam donativos de pessoas de Gaia, de Matosinhos que não têm nada a ver com a escola de repente e então financiaram os telhados naquela semana e eu tentei chamar a atenção da direção: reparem como este é um exemplo claro de como os jornais podem funcionar para a comunidade e como as pessoas lendo algo da comunidade de sentem envolvidas. Quer dizer... porque é... há um... por exemplo, ainda mais para os jovens... [ruído] alguém com cinquenta anos lembra-se muito vagamente do vinte e cinco de Abril, ou seja, viveu a grande febre política e de ativismo social e de cidadania que Portugal tem, agora os jovens não têm isso, os jovens encontram um país deprimido no qual não é possível nada é possível fazer para alterar nada, a narrativa dominante durante os últimos dez anos era de que era impossível haver um ou outro caminho: epá, tem que se fazer cortes, tem que se fazer cortes, tem que se fazer cortes, vai ter que se sofrer, vai ter que se cortar aqui, vamos ter que cortar aqui. Isto é desolador para qualquer jovem que não tem nenhum momento em que pensa que pode fazer a diferença, e acho que é por isso que... que sem dúvida nenhuma... ah... a forma como os órgãos de comunicação social tratam os jovens, tratam a política e, e o lugar afastado onde estão, essa bolha quase... enfim não é, pode levar sem dúvida nenhuma a uma não participação política dos jovens, sim. Sim, concordo... Sim. Sssss... Uau!

Carla – Muito obrigada e... agora relativamente, e ainda dentro do âmbito político, o que poderá levar esta geração mais jovem a uma aproximação política e à procura pela participação? E, também, se consideras a participação jovem um fator importante para o desenvolvimento do nosso país?

Sebastião – Hum. É o fator. É o único fator.

Carla – Não é um, mas sim o...

Sebastião – Sim, sim, sim, sim, eu acho que sim. Porque é a única coisa que nos pode trazer desenvolvimento possível de se sustentar, quer dizer... tudo o resto são pensos rápidos. Ahm... boa. Sim... acho que é preciso essa reaproximação, acho que isso leva sem dúvida nenhuma a maior participação política da parte dos jovens e já agora vou então falar desse projeto porque acho que é... se calhar a maior tentativa da classe de fazer uma coisa do gênero. Ahm... o sindicato dos jornalistas juntou-se ao ministério, julgo que a convite, a proposta do ministério da educação, ou seja, o ministério da educação contactou o sindicato para desenvolver uma iniciativa com os jornalistas, não têm que ser os sindicalizados, até porque eu não sou e como eu muita gente, para criar uma espécie de uma proposta de formação que se encaixasse dentro do que é... eu estou a misturar isto tudo, mas nono, décimo, décimo primeiro e décimo segundo anos e que se encaixasse na ideia de cidadania, ou seja, idealmente naquela disciplina de nome que muda de três em três anos mas que seria a formação cívica e por ali fora, ahm, para o desenvolvimento de projetos que levassem a maior literacia mediática, ou seja a que os jovens conhecessem mais os média e estivessem mais próximos dos meios de comunicação social, e que através disso, ah, estimulassem... a prática do pensamento crítico e de... de maior... de exercer em maior a cidadania... ahm... e então o que o sindicato fez, para resumir a atividade, for formar os jornalistas nesse sentido, da área da literacia mediática e da participação crítica, e com esses jornalistas, eu julgo que nós somos entre oitenta a noventa jornalistas, ahm... jornalistas e professores de jornalismo e tudo isso, ahm, aquilo aquilo que fizeram foi: criar, começar a criar o que seria essa disciplina ou esse período de formação, que irá passar, presumo eu, quer dizer, pelo desenvolvimento de atividades como o jornal escolar, o site, uma rádio escolar, seja o que for, ou seja, há uma série de exemplos a seguir, e que passará depois por essa formação e acho sem dúvida nenhuma que... uma maior proximidade... a educação é sempre a chave de tudo e uma maior educação para o que são os média e o que é a política ajuda imédiatamente porque... se os jovens têm mais conhecimento do que são, do que são os média e se de repente se sentem mais próximos deles, ahm... isso ajuda a que eles primeiro estejam mais informados, o que em si fomenta a participação cívica, e depois que se sintam com mais vontade de... de participar ativamente porque se sentem representados e sentem-se importantes e acho que por outro lado que para a classe



jornalística, ou pelo menos para os pobres, pobres não, para as pessoas que foram escolhidas inicialmente para fazer o projeto, e ele será alargado a muita gente se for bem sucedido, acho que também para esses jornalistas também é um contacto privilegiadíssimo com o que são os jovens, com o que é uma geração que se calhar muitos deles não conhecem, ou seja... e acho que isso de repente pode trazer-lhes uma visão diferente, porque se repente os jovens não são só os problemáticos, não são só aqueles que têm piores notas do que dantes, não são só aqueles que bebem mais, que fumam mais, seja o que for, são pessoas que estão interessadas em fazer a sua vida e em ajudar o país.

Carla – Ou seja, uma ligação... como estiveste a explicar até agora, dos média para com a comunidade mais jovem é o que poderá ajudar a esta participação.

Sebastião – Sim. Sim e acho que, na minha opinião, o ónus agora tem que estar nos média... de conquistar os jovens porque... porque era como eu estava a falar, e até depois de ler a tua síntese... pus-me a refletir nisso, não há projetos que sejam demarcadamente associados aos jovens que não sejam muitas vezes na sua maioria universitários, sei lá... o JPN é ligado aos jovens, mas é ligado a uma comunidade académica definida mesmo que não se limite a ela, mas é. Mas depois tens o P3 que é claramente para os jovens, mas depois, sei lá, há a Visão Júnior que é para muito pequenos, há alguns projetos como o Jornalíssimo que é para crianças, mas há ali um período de tempo em que ninguém tem onde se sentir representado, não é? E acho que... tem que... tem que passar por aí, por essa... por esse momento geracional que é definidor na vida de qualquer jovem, em que uma pessoa se começa a formar e... e começa a crescer, em que ali, tanto a educação, e é o que eu espero que aconteça não só com este projeto do sindicato e do ministério e da presidência da república, mas com outras, com outros projetos que possam surgir, mas também com o média fazerem... um cocktail de varias coisas: primeiro ouvirem mais os jovens, em si é o primeiro passo. Ahm... porque se... eu tive essa experiência á pouco tempo, quer dizer, tenho um primo de dezassete anos que pegou num jornal que eu tinha em casa e esteve a ler e disse: não encontrei nada de interesse. Eu perguntei-lhe porquê... porque não há ali nada que lhe diga respeito, não há ali ninguém que seja próximo o suficiente da idade dele, para que ele se sinta... ligado de alguma forma.

Carla – ...Interessado em ler aquela informação...

Sebastião – Porque a informação nem lhe diz respeito a ele de alguma forma, nem ele... nem tem gente da idade dele a ser representada para que ele consiga perceber que as coisas têm outra abrangência. É claro que não podemos inundar o jornalismo de jovens, de falar com os jovens para tudo, mas há um défice claro da sua representação e acho que isso faz falta e, de novo, acho que tem que ser os média a criar estratégias de contacto com os jovens, de irem buscar os jovens. Sim.

Carla – A próxima questão que tenho aqui toca precisamente nesse aspeto de os média estarem a ser colocados de fora relativamente à obtenção de informação pelo público mais jovem. E... na tua opinião quais são os fatores importantes a aplicar, ou a mudar, para que esta geração opte de novo pela obtenção de informação através dos média?

Sebastião – Hum... Sim. Isso é... isso é muito complicado, mas eu acho que é para todas as gerações. Mas é muito complicado especificamente para os jovens... Se nós pensarmos na ideia de... jornalismo... ah... podemos seguir a ideia radical do Warhol que o jornalismo é o que alguém não quer publicar, mas mesmo a ideia mais tradicional do jornalismo tem a ver com um certo grau de gatekeeping, ou seja... de perceber o que é a informação, como é que essa informação é importante, para quem vamos passa-la e vamos informar e quem importa informar na sua maioria das vezes é a população. Ahm... e a partir do momento em que... o consumidor, não gosto de lhe chamar assim porque entra dentro da lógica de que é um negócio, que é, mas pronto. Mas mas o leitor ou espectador, a partir do momento em que diz: eu não preciso de ir aos média porque eu posso abrir o facebook e ver um vídeo de 30 segundos não editado com um texto de 3 linhas, que não verificado, não confirmado de fontes de alguém... ahm... a partir desse ponto... a questão para a sociedade em que essa pessoa se insere é grave, porque como nós sabemos isto está-se a banalizar, ou seja, as pessoas não precisam assim tanto dos meios de comunicação social porque sentem que se abrirem o facebook estão informadas, o que é um erro crasso porque... e tem sido falado agora disso, quer dizer, o facebook tem o algoritmo definido dentro do qual faz um profile à pessoa e lhe dá conteúdo mais associado a essa bolha na qual a pessoa [ruído].

Carla – Funciona como uma espécie de Google que sabe quais os nossos gostos...

Sebastião – Sim.

Carla – ...e as nossas pesquisas e dá-nos aqueles anúncios publicitários de acordo com aquilo que nós gostamos.

Sebastião – Exatamente! Exatamente! E e e fez isso na grande parte dos sites que são visitados de forma massiva. Quer dizer, o Youtube faz a mesma coisa... se se se fores ao Google, ah... sei lá, e procurares qualquer coisa interessante sobre... se te enganares a escrever... sei lá, vamos supor que vais procurar um tipo qualquer que se chama Axell, enganas-te... o Google vai-te apresentar anúncios do Axe, do spray, quer dizer, e depois abres o Instagram – que eu não tenho mas pelos meus amigos consigo ver – abres o Instagram e vai lá estar o anúncio de outra marca de desodorizantes só para o caso de não teres gostado do primeiro, não é? E e isso além de de conteúdos que estão pejados de informação de de de uma série de sites que que proliferam hoje em dia que não prestam informação, prestam informação patrocinada, ah, que não está identificada. Isso em si cria, criam as fake news, criam um lixo ( ) na qual a verdadeira informação passa despercebida mas está ali, ah...

Carla – Ou seja, para que as coisas possam mudar é necessário retirar todo este produto final para consumidor, como estavas a...

Sebastião – Ah, sim.

Carla – ...a dizer no início.

Sebastião – Não sei se é isso. Eu acho que, por exemplo... durante alguns anos a narrativa predominante dos média era quer era preciso combater as redes sociais o que em si é ridículo, nunca na vida lhes vamos ganhar. Nem tem... nem tem a ver... nem seria uma batalha numa boa ideia, agora... o que tem que acontecer é... os média têm que entender que se já não são... se não têm por assim dizer o ouvido do leitor, o ouvido do espectador, ou seja se o espectador não é cativado pelos média, os média têm que fazer um esforço para os contactar e isso passa, eu acho, por atividades de comunidade, por prestar à comunidade coisas que uma rede social não pode... não pode permitir, quer dizer, ahm, e isso ( ) por primeiro fazer um melhor trabalho, em si é transversal, mas depois olhar bem para aquilo que está a fazer porque muitas vezes também criam lixo

comunicacional, porque se a namorada do Ronaldo postar uma foto com os gémeos vão todos atrás e fazem todos um artigo com isso, quer dizer, isso em si é desprestigiar o trabalho que fazem e é coloca-los em termos de alinhamento ao lado do resto... do resto dos sites, ah, e isto não é uma ideia no sentido de snobe, é uma ideia de que os – sempre foi – pautar, criar os jornais, televisões ou rádio na qual a informação fosse de confiança e para ter essa confiança nos... o leitor ou ouvinte ou espectador tem que olhar... olhar para aquele sitio e perceber que este sitio presta-me a melhor informação possível, falam-me de tudo aquilo que me interessa e não do que é desinteressante.

Carla – Ou seja, então a mudança passa por fornecer a informação... fiável ao cidadão.

Sebastião – Sim. Que é uma coisa que... que nem sempre acontece, infelizmente, por todo o tipo de constrangimento e por todo o tipo de situações, e além disso passa por... eu acho, mais incentivas da comunidade de contacto com o público e de, e de... sim é isso, das iniciativas de contacto com a comunidade porque porque as pessoas precisam... de perceber que... que há... que o jornalismo... funciona de certa forma, pode-se ver o jornalismo dessa forma para impedir que alguém tenha o interesse em que as pessoas leiam uma coisa de certa forma, aconteça assim, não é? E as pessoas têm que sentir, por assim dizer, que o jornalismo está do lado delas outra vez, e isso, o jornalismo e o jornalismo da comunicação social têm que fazer isso com as pessoas. As pessoas não vão fazer isso com quem, na visão delas, os tratou mal... simplificando a coisa. Sim, é isto.

Carla – Ora, ah... por último, prometo que é a última. Ahah.

Sebastião – Não te preocupes.

Carla – Tendo em conta aquilo que temos vindo a conversar até agora, ah... Consideras que os média poderão produzir efeitos positivos ou negativos perante... nesta geração mais jovem?

Sebastião – Hum hum.

Carla – De que forma é que esses efeitos poderão ser produzidos? E o que recomendarias para uma possível melhoria desta situação?

Sebastião – Hum... Ora bem... Acho que como as coisas estão... Os média prestam um serviço, ou melhor, produzem um efeito largamente negativo na... na população jovem. Embora é claro que depois aconteça outra coisa, que essa... haverá sempre uma série de jovens informados que que que, é assim: se não estou a ser representado... se já me sinto informado daqui, vou ainda assim consumir informação e vou ainda assim participar ativamente. É por isso que ainda há... que ainda há... há uma... uma boa plataforma de contestação no país no que toca... no que toca a participação jovem, não é? E... quer dizer... e podemos... podemos tentar fazer uma paralela aí com com o que se passa na arte e na cultura, quer dizer, ah... ah! Hoje em dia há um fenómeno engraçadíssimo... engraçadíssimo é um termo terrível. Detesto o termo porque porque os lisboetas usam isso quando querem ser condescendentes e não gosto nada disso, mas pronto. Há um fenómeno espetacular com o que são as fanzines, que são revistas muito pequenas e imprimidas a muito baixo custo e que disseminam... sem querer fazer juízos de valor, mas ( ) mais ou menos positiva, mas que em geral normalmente são plataformas para... mostrar descontentamento político ou descontentamento social, e isso é bom, isso... só, só a ver o interesse disso e o objetivo disso. É claro que isso depois se justifica com estratégias de mercado nas quais as pessoas não podem entrar, mas isso é ótimo e isso... é uma possível solução. Eu acho que aquilo que poderá acontecer com os jovens, que já acontece, em alguma medida eles vão perceber que não se sentem representados e vão tentar fazer-se representar, seja com associações com movimentos como o movimento da... da geração rasca ou sei lá quê. Alguns dos vários movimentos de ocupa... de ocupação que... que aconteceram, quer dizer, a escola da Pontinha e por aí fora, ou seja, os jovens vão sempre encontrar uma forma de ser ouvidos, ah... mas neste momento, volto a dizer, os média é que têm que entender que têm que estar mais ao lado deles, e estar mais ao lado da população em geral passa muito por estar ao lado deles. Ah... se os média perceberem que... que, que... estimularem o contacto com a comunidade e estimularem a participação política e cívica, os jovens vão naturalmente e sem falha ser os principais instigadores desse momento, vão ser os principais participantes, não é? Porque, porque... é a questão chave. Os jovens são quem tem mais a perder de todas... de toda, de todo esse público, de toda essa população, não é? Somos nós que temos a vida toda pela frente e que temos um país para... para carregar aos

ombros. Ahm... E acho que é isso... agora sugestões... aaahhh... ffff... Sei lá. Eu acho que... primeiro... há, há uma coisa ( ) nas redações portuguesas em termos que seria o rejuvenescimento da... das redações, que não vai acontecer porque... porque quase todas as redações estão á beira da falência ou profundamente endividadas ou em grandes... em grandes sarilhos. Ahm... o entendimento de que... ou o reposicionamento de... desses papéis como eu disse no que é o fundamental que é a informação e a representação porque o... a nossa constituição... e... quer dizer, não, não é líquido que... que os jovens não sejam representados que outras faixas etárias da mesma forma que as mulheres sejam menos representadas, certas falanges da população não têm representação que... que... por exemplo, não haja... um texto que fale de qualquer coisa relacionado com a comunidade cigana, por exemplo, na qual um cigano fale e isso em si é um sinal claro de um byass, e isso não pode acontecer. E acho que... fazer... fazer isto... acontecer é muito complicado porque há uma série de vícios que se criam em redações e que vão passando de mão em mão, é claro. Eu acho, não é por ser a minha geração, mas a mim parece-me que... ah... a classe mais jovem dos jornalistas tem um espírito diferente por uma razão, que é... foram se calhar a primeira geração que teve imensa dificuldade em trabalhar... e então durante muito tempo trabalhou em projetos próprios ou trabalhou com sítios mais pequenos nos quais tinha mais liberdade e isso deu-nos uma maior noção do que acontece. Ahm... e acho que... quanto mais pessoas mais novas insistirem nos média, mas representação dos jovens acontece e depois... ah... uma possível solução seria a criação de um órgão de comunicação que disse... que falasse diretamente para os jovens. Isso em si é complicado... por causa do modelo de negócio pela ideia de que... de que primeiro os jovens não querem saber dos meios de comunicação social. Muitas vezes é verdade, mas é, de novo, uma ideia paternalista e condescendente de... de quem, de quem pensa. E depois... como modelo de negócio, de novo paternalismo e condescendência, as empresas, os potenciais anunciantes de... desse projeto iam ter exatamente esse pensamento de quem gasta é a classe média dos trintas aos cinquenta, essa é a geração que consome e que é influenciada por anúncios e não sei quê. O que lá está! É um contrassenso completo quando vemos o que acontece nas redes sociais, não é?

Carla – Exatamente.

Sebastião – Enfim. Ah...

Carla – Ou seja, aquele buraco que tu falavas há pouco relativamente a... existe... a comunicação social vira-se para uma geração mais velha ou também temos a parte ainda mais nova...

Sebastião – Sim!

Carla – ...que é a parte das crianças. Mas aquele buraco que existe ali no meio é o que se vira para as redes sociais.

Sebastião – Sim. Sim! Exatamente! Porque de repente... e e e podes falar por exemplo, o exemplo dos Youtubers, de... de... que pronto, faz parte das redes sociais.

Carla – Que tem crescido cada vez mais!

Sebastião – Sim, sim! E hoje em dia é um negócio literalmente de milhões, até em Portugal e e e... e é isso porquê? Porque... o que é aquilo? Ah... Aquilo são pessoas jovens a falar para eles. Isso em si, em Portugal parece revolucionário! É claro que eles de repente sentem-se representados.

Carla – Talvez por aquela ideia que abordaste de não termos a comunicação social a abordar esta geração então eles falam de si próprios.

Sebastião – Exatamente. Sim, sim, sim, sim! E com, e com... ou seja, não... a maior parte dos Youtubers, e eu não quero de todo abrir uma guerra porque senão sou logo insultado ou seja o que for como hoje em dia acontece, ah, mas... mas a maior parte dos Youtubers são pessoas que não estão formadas para falar a jovens e é por isso que depois podem dizer coisas que não são próprias, porque na sua génese eles só queriam fazer um vídeo de coisas engraçadas para publicar. Ok. Ah... Mas hoje em dia têm uma responsabilidade, que pronto, os jovens não têm é a formação e essa capacidade e depois... a esmagadora maioria deles nem sequer esta a fazer informação, nem sequer está a tentar informar o público. Acho que, por exemplo, há um projeto engraçado, agora lembrei-me, o Expresso tem um site... que se chama Smack, acho que é Smack.pt, uma coisa assim, ah... e que é engraçado, eu não acho que aquilo seja diretamente para os adoles... adolescentes, ou seja, as pessoas que estão próximas de votar, é mais para quem

está a entrar na adolescência, e que é engraçado, por exemplo, ontem fez um... um vídeo sobre a questão das faturas, porquê que as pessoas têm que pedir contribuinte em faturas, e era basicamente uma jornalista nova, ela deve de ser mais nova do que eu e isso em si é difícil, e... e... e ela estava, fez um vídeo no qual fala de porquê que as pessoas põem coisas nas faturas e depois dizia assim: não me apetece, não sei quê. Ou seja, estava a fazer um vi... o que qualquer Youtuber faria, só que com um tema sério e a passar informação às pessoas. E isso é uma possível resposta, acho que é uma resposta engraçada, até porque... eu lembro-me em miúdo de ver, sei lá... vou usar um exemplo estúpido, mas em miúdo lembro de ver o Curto-Circuito e aquilo tinha piada... eram pessoas minimamente jovens que falavam de coisas interessantes... de música, de cinema, de uma série de coisas, e de repente telefonavam para lá pessoas que eram jovens como eu e tinham aquele absoluto deleite daquela... daquela altura das nossas vidas, que era quando o pessoal podia mandar uma mensagem para passar em rodapé, e isso é um...

Carla – Exatamente...

Sebastião – ...um deleite, ou seja, mas tu de repente sentias-te representado. Tu podias ouvir aquilo e alguma coisa te ficava porque tu sentias-te parte daquilo, e sentias que entre ti e aquela apresentadora ou aquele apresentador não havia uma grande diferença, ele era como tu, ele era se calhar mais velho e tinha estudado mais, mas seja o que for, ele era como tu. Essa proximidade... é uma grande parte de como os dois lados se podem aproximar. Não só a proximidade etária, mas a proximidade de interesse. Ah... sei lá... já na altura o Rui Unas ou o Fernando Alvim eram velhos, eram muito mais velhos do que eu, mas naturalmente eu sentia-me próximo porque havia uma ideia que de eles se preocupavam com coisas que eu também me preocupava, e isso é a chave porque... na cabeça dos jovens, a ( ) tal ideia de sistema, os meios de comunicação social não querem saber deles, ah... e e e isso faz sentido, porque mesmo... sei lá, ah... eu... quando... quando se fala na televisão de trabalhadores, de condições de trabalho, de greves da função pública... os precários do estado são cem mil pessoas que são falados especificamente como precários do estado. Ahm... e isso é uma mensagem muito forte que se dá para fora de que... quem trabalha a recibos verdes não conta realmente como um trabalhador... e quer dizer, se vamos juntar isso à classe jovem...



Carla – Na verdade, quem trabalha a recibos verdes trabalha tanto quanto os outros e faz os mesmos descontos... ou mais.

Sebastião – Sim, sim, sim! Sem dúvida, mas é melhor nem entrar nisso porque senão... Ah... mas ou seja, a classe jovem naturalmente trabalha muito com... por recibos verdes, infelizmente porque... porque é... porque é uma catástrofe que nos passou pelas mãos e... e... e de repente as pessoas olham e qualquer jovem pode olhar para a televisão ou ler um jornal e pensar: sim, estas pessoas não me consideram sequer um trabalhador válido. Estas pessoas não acham sequer que eu estou a contribuir para o meu país. Eu percebo que depois não queiram. Não queiram ler, não queiram... não queiram interagir, porque se sentem... esse alienamento da política e do país acontece porque os jovens se sentem em regra alienados, alienados pelo país, e nisso incluem os órgãos de comunicação social, por culpa própria dos órgãos de comunicação social... ah... e acho que... por aspetos relacionados com aquela idade, seria uma solução, embora complicado de surgir, porque qualquer projeto hoje em dia é complicado de surgir, e depois pelo menos uma aproximação de... interesses, não é? Para que os jovens se sintam mais representados e se sintam parte de algo, e de novo eu sugiro essa ideia de... de iniciativas... de comunidade, sei lá... eu acho piada porque às vezes em festivais de verão há lá bancas dos jornais. Ok, isso é sempre uma variação de uma selfie ou de uma coisa qualquer, uma pessoa vai lá, tiras uma selfie, dão-te um jornal e tu vens embora... ou então, pá não sei, mas há uma série dessas coisas... ou então pagam balúrdios para ter uma cabine da rádio, cabine de não sei quê para nada. Ahm... e esse é o momento chave no qual os jovens são contactados por jovens para falar diretamente de um órgão de comunicação social, o que em si é um momento de ouro que é desperdiçado e acho que... sinceramente eu acho que se há um chamamento, os jovens respondem. Não me parece... não tenho nada aquela ideia paternalista de que os jovens não querem saber, não vão aparecer, não leem, não nada, ah... eu quando, quando trabalhei na Porto 24, tínhamos uma série de métricas para avaliar o tipo de público que tínhamos, ou seja, para percebermos as visitas no site e depois principalmente no facebook que é bem mais fácil demograficamente, e não... e foi aí que eu percebi que não existia nada essa ideia, porque às vezes é muito fácil para as pessoas pensarem que... que quem comenta é malta mais velha e não sei quê. Muitas

vezes isso acontece. Os jovens normalmente não comentam notícias no próprio... no próprio... na própria página do do do evento, quer dizer, se calhar podem pegar aquela notícia e mandar no Messenger a amigos ou seja o que for... mas o nível de visitas, o nível de alcance e tudo, de todo mostrava que os jovens não estavam interessados, pelo contrário, era um tamanho grande demográfico logo a seguir, quer dizer, à população mais... naturalmente que foi formada a ter uma maior proximidade, ahm... eram logo a seguir, não havia uma diferença e isto, ainda bem que fez-me lembrar uma outra questão, que é, eu acho que no plano de educação também tem que haver esse... essa sensibilidade, eu, eu antes até mesmo deste projeto, eu faço muitas iniciativas em escolas, quer dizer, convidam-me para ir falar da minha profissão e não sei quê e eu vou. E eu muitas vezes sinto que... falei para os miúdos, os miúdos perceberam, adoraram, sentem-se cativados, até porque alguns iam... ( ) a algumas sessões repetidas e percebo em que ponto em que estão e já posso falar de outras coisas, mas eu sinto que aqueles miúdos... nunca falaram de jornais na escola, a não ser na primária quando dão o que é a notícia. Isso é gravíssimo. Ah... porque, quer dizer... é um fator tão importante da sociedade, que o jornalismo que um país tem é, seja forte, sem independente, que nem sequer passar isso às crianças ( )...

Carla – Isto é parte de uma educação que a criança já tem que levar desde pequena de que o jornal existe, a informação existe.

Sebastião – Sim. Eu acho que é muito importante e acho que, por exemplo, lá está, enquanto criança... há muito mais que chega às crianças, ou seja, elas têm no plano escolar, eu julgo que do quarto ano, a falar sobre do que é a notícia, aliás, eles fazem pequenos exercícios, devem fazer pequenos exercícios de construção de notícia, percebem o que é a ideia básica do que é o jornalismo, mas depois daqui á adolescência não há isso... e acho que isso é grave porque... uma coisa que eu adorava quando estudava, e foi uma coisa que falamos nessas tais sessões de formação, esta ação é, quando eu falava de alguma coisa na escola, isso... isso refletia no jornal que eu lia e na televisão e de repente via uma reportagem sobre algo que eu estava a falar na escola. Isso é uma forma fácil e ótima que potencia os dois lados, ou seja, se eu tenho, vamos supor, o Público em particular tem uma boa cobertura de ciência, tem excelentes artigos de ciência, se eu pego nesses artigos e com isso dou parte do meu programa, o programa que tenho

que falar aos miúdos, não é? Sei lá, um super simplificado para poder usar como exemplo... se o Público fala de algas e eu estou a ensinar de algas aos miúdos, então eu vou pegar nisso e vou dar a minha aula a partir dos jornais. Isso é uma excelente forma de lhes dar a noção das duas coisas, primeiro de que a aula se torna mais dinâmica, e depois de que os jornais se importam com as coisas que também lhes passam pela vida ( ) e acho que essa, isso é a chave e acho que a educação, no caso na escola, isso tem que acontecer muito mais. Eu senti, em algumas dessas ações que fiz em escolas, de que os professores aprendiam mais do que eu aprendia. Eu cheguei a ouvir da boca de professores... eu nunca... eu nunca na vida achei que... que o jornalismo fosse uma coisa interessante para falar às pessoas, nunca quis falar aos meus miúdos de jornalismo porque parece-me chato. Já para não falar que quando chegava, a pessoas diziam: eu não fazia a mínima ideia que era isso que um jornalista fazia. Quer dizer, e isto é gravíssimo, não é?

Carla – Ou seja, o próprio adulto é que nem sequer compreender do quê que o jornalismo se trata?

Sebastião – Sim. E acho... acho que... eu por exemplo, não acho que as pessoas tenham que saber exatamente como é que o jornalismo se processa e o quê que acontece ali, mas têm que entender para quê que serve e porquê que está ao lado, ou deve estar ao lado deles. Para poder ter esse julgamento crítico, para também poder virar-se para um jornal e dizer: vocês não estão a fazer o vosso trabalho. O vosso trabalho é ouvir várias fontes, não é ouvir só o governo, ou só a oposição ou seja o que for. Para isso é preciso um público com pensamento crítico, com espírito crítico, com participação ativa muito forte, e não, o que acontece nas caixas de comentários eu não posso reproduzir aqui porque tu não poderias escrever na tese porque são só insultos. E feios! Ah... acho que a educação tem que fazer esse papel. Ah... porque, porque é fundamental e porque... melhora em tudo... o tipo de país que temos. Ah... porque às vezes dá-se o caso de eu ir entrevistar, isto em si é triste, vou entrevistar alguém... que sei lá... não sei, estou a tentar encontrar... mas por exemplo, acaba um curso em engenharia ou acaba um curso em arquitetura, ou de direito, seja o que for, não me importa realmente a área porque isso também acontece lá no curso. Eu vou falar com eles, da coisa deles de notícia, vamos supor, criaram um protótipo, ahm, abriram uma firma aos vinte e quatro, criaram uma

startup, seja o que for, eu falo com eles e eles são... pessoas com um conhecimento que eu não consigo sequer começar a sonhar da área deles, mas eu falo-lhes de política ou qualquer outro tema que importa à vida deles e eles não conseguem falar. Não é que não tenham interesse, mas chegam a um nível da vida deles em que já fizeram... a esmagadora maioria da parte do período formativo e não tiveram educação para aquilo. Ou seja, eu não tenho aquela ideia de ah, vais falar com engenheiro, claro que ele não sabe falar de política! Não, ele deve saber falar de política. Não tem que saber falar de política como um politólogo, mas tem que saber falar de política e não tem aquela ideia paternalista enquanto estudante de que ele não quer saber. Claro que quer saber! Ele não sabe é como. Não é? E isso é gravíssimo e acho... que de base tem que começar daí. Aquela... aquela falange tem que... tem que de repente não, porque é um trabalho sustentado, mas tem que... tem que se sentir próxima dos órgãos de comunicação social, porque a educação tem que lhes explicar a importância, tem que lhes falar da importância. Eu lembro-me que quando, quando estudava... falamos do Gutenberg e da ideia de imprensa, não é?

Carla – Sim.

Sebastião – E aquilo para mim foi excepcional... mas não foi uma máquina, não foi o sentido de invenção de uma máquina, mas foi a possibilidade que aquilo abre, de fazer chegar coisas a muita gente, fazer chegar livros, fazer chegar... antes dos livros eram copiados mão a mão e de repente não têm que ser. Essa noção de acesso livre à informação é estupenda. Ahm... e... e hoje em dia a forma como isso tudo é explicado é por um sentido de... de historicista de foi inventada uma máquina que permite reproduzir e tal e segue-se para outros assuntos e depois chegam ali à altura do Watergate e o Watergate é um escândalo político em si, não se passa, quer dizer, que é um exemplo clássico do que é o jornalismo fora, não é?

Carla – Como praticamente o jornalismo de investigação...

Sebastião – Sim!

Carla - ...que morreu ou está quase.

Sebastião – Está pelas horas da morte, sim. Claramente e... mas ou seja, essa ideia... eu até ia dizer que não se passa nem sequer uma ideia romântica do que é o

jornalismo. Não se passa qualquer ideia do jornalismo. Eu acho... propus, propus... tinha proposto em algumas das escolas, que foi, por exemplo, às turmas de secundário, ahm... passarem o Moonlight. Ah! O quê que eu estou a dizer? Ah... Opá o filme que ganhou o óscar a pouco tempo sobre o Boston Globe. Ah... Ah! Que estupidez! Não é o Moonlight obviamente. Agora está-me a falhar o nome do filme. Ah...

Carla – Nada como internet, não é? Ahahah!

Sebastião – Sim! Sim! Sim! Senão vou ficar a remoer nisso e não vou conseguir ir para a frente. Epá é o filme com o Mark Ruffalo. Ele faz precisamente de um jornalista luso-descendente... que estupidez. Não, não, não! Não é deste ano, é do antigo.

Carla – O ano passado...

Sebastião – Sim. Se escreveres Mark Ruffalo eu vou olhar e vou associar.

Carla – Podes escrever se quiseres.

Sebastião – A carinha do senhor... É isso! Spotlight! Eu sabia que fui buscar o light a algum lado.

Carla – Era parecido.

Sebastião – O Caso Spotlight, exato! E lá está, é um filme que ganhou o Óscar... de melhor filme, é um excelente filme... tem... além do Mark Ruffalo tem uma série dos atores que normalmente aparecem nos blockbusters, portanto teria algum interesse. E muitas vezes os professores ou as professoras da direção com quem eu falo depois disso dizem que não tem interesse porque os miúdos não sabem o que é o jornalismo. E às vezes apetece-me gritar assim em grito para dentro... ( ) isso é o vosso trabalho! Quer dizer, é mau quando, quando os miúdos não percebem de jornalismo. Não devia acontecer como às vezes acontece fazer palestrar para miúdos do décimo segundo ano... e fazer-lhes quase a mesma contextualização do que é o meu trabalho que faço a miúdos do quarto ano. Isto é inarrável, não é? Ahm... e... e lá está, e também me aconteceu mais grave, que é ir fazer, ser convidado para sessões em faculdades, que não da área geral das artes liberais, e chegar lá... e ter que explicar certas coisas porque eles também não conhecem, quer dizer...

Carla – Ou seja, conhecer o jornalismo, pelo menos a sua base, é essencial também para... também para a educação, para o crescimento, para compreender de onde vem a informação e ter esse tal pensamento crítico de que falas.

Sebastião – Sim. Sim. Sim. Eu, eu, eu acho, eu acredito nisso porque, porque sei lá... porque senão as pessoas não podem responsabilizar ninguém. A base, a base do que é ter uma noção do que é o jornalismo funciona também para a política e para outras áreas, que é: se eu perceber que um jornal tem que ter fontes e tem que fazer o contraditório, ou seja, se eu falei com este, tenho que falar com o que quer o contrário para perceber o quê que os dois querem. Se eu perceber isto, eu posso responsabilizar o jornal quando não faz isso. E isto é a mesma lógica que podes aplicar á política, que é: se tu tens... se moras num bairro no Porto e a câmara quer fazer certa medida, mas não está a ouvir os moradores, eu sei que posso responsabilizar a câmara porque está a deixar uma das partes interessadas de fora. E isto é uma ideia basilar do que é a participação cívica e o que é a participação política, que é, que mexes com a minha casa, eu tenho que ter ferramentas para me defender. Ahm... e, e... e isto é, primeiro, quer dizer, nem que seja pelo básico de que poupa dinheiro, de repente não tenho que estourar centenas de euros num advogado para ele fazer o que eu podia fazer. Ahm... isto é o básico... ah... às vezes acontece... nas reuniões de câmara, vou tentar explicar para não ficar assim no ar, nas reuniões de câmara há sempre um período aberto aos munícipes, os munícipes podem-se inscrever e ir a uma reunião do executivo camarário fazer propostas. E principalmente na câmara do Porto, às vezes acontece surgirem lá pessoas mais novas ou até mais velhas, aqui de facto não interessa para nada a idade... que têm preocupações legítimas, e que acontecem duas coisas, primeiro, não sabem que há direitos que lhes assistem, se calhar nem precisavam de ir à reunião camarária, bastava irem à câmara apresentar isso. São questões básicas. E depois quando são questões um bocadinho mais complexas... é engraçado que é... foi menos, foi menos complicado, sentiram menos barreiras de ir a uma câmara, entrar pelo processo burocrático de se inscreverem numa reunião de executivos, do que pegar num telefone e ligar para um jornal. E isso diz muito sobre como as pessoas se sentem alienadas num jornal, ah... quer dizer...

Carla – Se calhar mais depressa, ah... as pessoas que estão ligadas à parte política

abriram um bocadinho mais as portas do que propriamente aquele poder, que é o jornalismo que deveria de estar automaticamente do lado do cidadão.

Sebastião – Sim.

Carla – E não está.

Sebastião – Sim, sim, sim! Exatamente. Sim, sim, sim, sim. É isso! É isso, é isso. A política aproveitou essa oportunidade, ou pelo menos os políticos que souberam fazê-lo. Ah... se pegares no exemplo da câmara do Porto, a câmara do Porto fez isso... para efeitos da câmara e um pouco propagandísticos, mas fê-lo. Que é... eles têm um portal, que é o Porto.pt, uma coisa assim, em que eles dizem que estão a dar notícias. E que é um portal de notícias, o que não é, ( ) porque é um órgão de uma câmara, quer dizer, é a coisa menos independente que pode existir, não é? Ahm... mas eles aproveitaram-se. Porquê? Porque a imprensa aqui... deixava muitas coisas que não tinha a cobrir. Só que, o que acontece depois é: o processo não é transparente. Porque se eles estão a falar de... se eles dizem assim: câmara aprova x coisa. Claro que a câmara aprova x coisa, eles trabalham para a câmara, não é? Não vão fazer contraditório seja do que for...

Carla – Ou seja, isso vai funcionar como uma espécie de rede social.: mais depressa o cidadão vai acreditar no que diz esse portal e no que diz no facebook ou no instagram do que propriamente num jornal.

Sebastião – Sim. Porque está, porque está próximo. E, e... e os índices de credibilidade da imprensa cai muito. Portugal até nem é dos países da Europa em que a coisa é mais grave, mas ainda assim, mas ainda assim é grave porque os índices de... de como as pessoas veem os jornais, como credíveis ou não, têm baixado cada vez menos. Ahm... e isso, e isso faz... talvez isso nem tem a ver, que é o que eu acho curioso, lá está de novo, é por causa da educação, porque as pessoas quando fazem um julgamento desses... muitas vezes até nem é formado. É porque o jornal cometeu... irregularidades numa reportagem... não. Muitas vezes vem do desconhecimento e vem de... não me sinto representado e sinto que este jornal representa um inclinação político contrário ao meu. Ahm... o que faz sentido, mas aconteceria muito menos se houvesse melhor e mais educação para o que são os média. Porque senão as pessoas vão, é fácil qualquer pessoa

dizer assim: não leio o Público porque o Público é associado à esquerda e eu sou uma pessoa de direita. Não leio o Observador porque é associado à direita e eu sou uma pessoa de esquerda. E isto é uma visão completamente redutora, nós percebemos que isso está errado, mas nunca é passado às pessoas o pensamento crítico para julgarem uma notícia pelo que ela é. Para julgarem um órgão depois de o lerem e depois... e não é dada às pessoas a forma de responsabilizarem o jornal ou o jornalista. Há muita gente que às vezes até tem medo de apresentar casos aos jornais porque sente que depois sofre represálias com aquilo, ah... e lá está, isso para mim é uma coisa que não faz sentido porque eu sempre me lembrei daquelas pessoas que falam com a cara desfigurada e com a voz engraçada e não sei quê, quer dizer, nunca aconteceu...

Carla – Temos um exemplo de um programa, o Sexta às 9, por exemplo, da RTP que trata bem esse... esse aspeto.

Sebastião – Sim.

Carla – Acho que por agora, pelo menos do meu ponto de vista, é daqueles casos em que o jornalismo ainda é jornalismo.

Sebastião – Sim. Sim, sim, sim. Não, o Sexta às 9 é excelente, olha e lá está, o Sexta às 9 tem uma pessoa muito jovem, porque tem a minha idade, e é de Valadares também, e que é excelente precisamente por isso, porque é uma pessoa perfeitamente imparcial. Não, mas claro que sim! É um excelente programa. Ahm... e lá está, o que é triste é isto que é... nós chegamos ao ponto de dizer assim: é um bom programa, ou é o melhor programa de jornalismo na televisão. Não, nós chegamos ao ponto de dizer: se calhar é o único programa ainda de jornalismo na televisão. E isto é gravíssimo. Ah... por isso é que nestas discussões às vezes... eu nunca quero fazer parecer, porque às vezes custa, que a culpa não é dos órgãos de comunicação social. É. Numa muito larga maioria é dos órgãos de comunicação social, eles é que se demitiram da sua função... e as pessoas afastaram-se por isso. Agora, para as coisas voltarem a estar num bom ponto, os órgãos de comunicação social têm que fazer a fatia de leão do trabalho... mas esse trabalho de educação tem que chegar às pessoas, porque senão as pessoas não voltam a confiar e não têm... e depois tem estas... não é barreiras, mas alternativas, quer dizer, as redes sociais,



o Youtube e... e os jornais também têm que entender que tem que as usar... que tem que as usar. O Expresso, eu acho que foi nas... nas presidenciais, usou um sistema por WhatsApp que funcionava muitíssimo bem e... se adicionasses a conta do... do Expresso no WhatsApp, mandavas uma mensagem e a partir daí eles mandavam-te updates para o telefone, mas às vezes os updates eram, imagina, uma foto do Marcelo a dar um abraço a uma senhora, e eles até podiam fazer uma piada ou outra com aquilo, do gênero: resumo da campanha do Marcelo – Abraços!

Carla – Mas isso mostrava uma ligação...

Sebastião – Exatamente. Porque de repente, mesmo que tu saibas que aquela mensagem está a ser mandada para toda a gente de forma igual, foste tu que recebeste a mensagem, foi o jornal que mandou a mensagem a ti. Isso cria um, um momento de proximidade que é muito grande. Há um projeto internacional muito interessante... internacional... não sei de que país é, acho que é americano, mas não vou afirmar, que é o Quartz, e o Quartz funciona assim: eles têm uma... eles têm um site, mas têm uma app que, imagina, aparece uma notícia, sei lá, eu vou usar a Amy para facilitar... aparece uma notícia a dizer: A Amy apareceu morta, aos... aos vinte e sete anos. E a tua resposta para teres mais informações e que tipo de informações é que queres, normalmente são emojis ou pequenas frases, por exemplo, podias ter o smile de um tipo surpreendido, pronto, e carregavas lá e o jornal dizia-te que, pois, é mesmo verdade, não sei quê, ela morreu, foi encontrada na banheira, não quê e não sei que mais. E depois a seguir, eles, eles... ( ) por exemplo, colocam um link para a Valerie ou colocam mas informação sobre a carreira da Amy e isto é dar informação à pessoa, a pessoa recebe toda aquela notícia, lá está a ir ao encontro do que uma pessoa consumir numa notícia, que é, usando um exemplo de um famoso: morre um famoso e repente toda a gente vais desencantar a Purple Rain porque morreu o Prince. Pá, ok, mas isso é o ciclo natural de como as pessoas muitas vezes experienciam e depois tens aquela malta, que às vezes tenta parecer snobe nas redes sociais, que é eu gostava mais era daquele álbum de setenta e três em que ele fez uma música de dezassete minutos escondida no disco. Ah, ok, pronto, e de repente tens um link para a Wikipedia. Isto é fácil porque o que está a acontecer ali é: tu tens uma app, que funciona como uma coisa de mensagens, e é a mesma coisa que um amigo dizer-te

olha...pá, morreu a Amy Winehouse e tu mandas um smile surpreendido e ele diz pois, olha, parece que morreu. E é isto, o sistema de proximidade é este. Eu acho que é uma excelente estratégia que cá ainda não é muito usada, mas que é muito interessante... e que podia ser usada mais.

Carla – Ou seja, essa mudança e essa sugestão passaria então pelo aproveitamento do que temos hoje em dia, que é a internet... em prol tanto dos cidadãos como do jornalismo, como da política, ou juntar os dois. A política já aproveitou isso um bocadinho melhor, que o jornalismo, mas unir isso tudo para que o cidadão se sinta mais... mais unido.

Sebastião – Sim. Sim, mas é, lá está, estava-te a ouvir dizer isto e deu-me vontade de rir porque parece surreal que seja dois mil e dezoito e ainda se diga como uma das funções... aproveitar a internet.

Carla – Ahahaha, uma coisa que já surgiu há uns quantos anos atrás!

Sebastião – Ahah, exatamente! Quer dizer, é sintomático quando isto é uma coisa que ainda tem que ser feita, não é? Já devia de estar feita... lá está, este exemplo do Expresso, porquê que o Expresso não continuou a fazer isso? Não... não sei se haverá questões técnicas ou financeiras, não sei, mas é uma excelente ideia e de certeza que não terá sido a primeira vez que alguém, alguém dos média se lembrou de fazer uma coisa do género. Há jornais que têm Snapchat, principalmente os internacionais, e há outras coisas... isso faz todo o sentido... ah... por exemplo, há um projeto, que de certa forma, não vou dizer que eu ajudei a moldar, só fiz parte dos grupos de teste e de produção, que, que é o A Aljazeera tem um Canal e um projeto de social média que é o... o AJ+ ( ) que é só dedicado aos jovens e praticamente tudo o que eles fazem são reportagens de televisão, mas não como na televisão, ou seja, de repente aparece uma coisa sobre, sei lá, um bombardeamento na Síria ou um desenvolvimento qualquer na Palestina, eles apresentam isso, ah... mas depois em vez de fazerem o sistema estático de imagens de guerra, ah, especialista sentado a comentar o caso, imagens de guerra, novo especialista sentado a comentar o caso, voz de um político, siga... eles de repente usam o Twitter e usam... até podem por o tipo a falar, podem fazer tudo isso, mas depois de repente ao usarem o

Twitter, estão a usar os tweets oficiais e estão a usar, por exemplo, um tweet muito bom de qualquer tipo do Twitter que fez um bom comentário e de repente as pessoas pensam: ok, a minha voz é importante porque este gajo também é como eu. Ele não tem ligação nenhuma, não é político, não é nada e está a ser ouvido. Portanto eles ouvem-nos, e isso é uma ligação chave, e depois a forma como é editado e tudo o resto... e isso cá praticamente não existe. O Observador tem feito agora umas experiências com vídeos pequenos para a internet mais ou menos no mesmo estilo, eu diria mesmo em cópia do estilo, ahm... e... e tens o tal Smack do Expresso que, que eu acho que é interessante... ah... mas não há muito mais e... os média também têm que perceber que agora têm que ir ao encontro da forma como as pessoas consomem notícias, não podem obrigar as pessoas a consumir notícias da forma, da forma antiga não é? Ah, isto depois era uma discussão muito grande, mas, quer dizer, tem a ideia do papel, há muita gente ainda apaixonada pelo papel. Eu também sou apaixonado pelo papel. Quem dera a mim todos os dias poder olhar para a banca e ver vinte jornais diferentes e todos eles com grandes manchetes e comprar, e não, infelizmente só tenho dúvida entre comprar um ou outro porque... não é? Eu sou um apaixonado por papel logicamente, agora... as pessoas têm que entender que a maior parte das pessoas não tem a paixão do papel, e não vai ter, e cada vez menos e é, é natural, por questão natural, eu acho que, sei lá, o papel vai fazer muito mais sentido como semanário, como uma revista, do que no sentido diário, porque... eu compro um jornal, se eu for daquelas pessoas matutinas que às seis da manhã está a entrar num café com quiosque e está a pegar num jornal, grande parte do que ali está eu já consumi, eu já sei o que está ali, quer dizer, se se tem o resumo de um jogo de futebol eu já vi, o resumo de futebol eu já vi... três marmanjos a comentarem aquilo durante quatro horas, depois tenho uma cena política, eu já vi o Costa a dizer aquilo, eu já vi a resposta do Marcelo, eu já vi que o PSD ficou zangado, eu já vi... ou seja, vai sobrar muito pouco, ahm... e é claro que têm que continuar a insistir, é isso, mas faz muito mais falta eu chegar ao fim da semana...

Carla – E ter um resumo de tudo...

Sebastião – Ter um resumo e ter peças muito mais aprofundadas, sei lá, se durante a semana me estão a dar notícias deste tamanho sobre, por exemplo, os bombardeamentos

na Palestina, eu ao fim-de-semana quero ler a reportagem de um enviado especial que esteve lá. Não é? E quero perceber realmente o que se passa lá, quero ouvir como é que as pessoas veem a situação lá, não é? Ah, se durante a semana estamos a ouvir o Costa a dizer uma laracha e depois o... agora o Rio, o... Hugo Soares e não sei quê responde com outra laracha e depois vem o Marcelo e diz: Não, vamos parar com as larachas. Depois outro, vem o Bloco e diz: porquê que disseste para parar a laracha? Tricas da política que são normais, que fazem parte... Eu no Sábado quero uma análise política e do que isso representa, em que momento é que está a chamada geringonça, em que momento é que está a Direita. Será que a Direita agora ganhou força? Já se nota a força do Rio? Isso é o que o dia-a-dia não me pode dar, mas um semanário, um projeto de fim-de-semana pode dar e é o que deve ser. Ah... acho que aí as pessoas se calhar conseguem muito mais facilmente voltar a ter aquele hábito que tinham nos anos oitenta e noventa de epá vou comprar o Expresso, porque havia a ideia de que pá, parece que vai sair aqui uma coisa que vai rebentar com alguém e ainda por cima tinham um grande concorrente nesse sentido que era o Independente, pronto...

Carla – Sim.

Sebastião – Era aquela bomba nuclear para todo o lado e... mas isso, isso é bom, é possível ainda surgirem essas coisas, ah... agora, por exemplo, o exemplo dos Panamá Papers é a maior oportunidade desperdiçada em Portugal que existe, quer dizer, a forma como ele foi lidado, como ele foi resolvido cá, como foi tratado é uma coisa inacreditável. Então, há denúncias que fazem parte disso e não se ouviu falar disso durante este tempo todo... quer dizer, ainda é um tema fraturante lá fora, ah... não é que domine a agenda, mas não deixa, não deixam de cobrir o julgamento, quer dizer, o que ainda é novo? Nada, mas não deixam de cobrir os julgamentos, não deixam de cumprir, de cobrir tudo isso e não deixam de continuam a analisar a papelada. Cá foram feitas alegações e não foram cobertas efetivamente por provas e... eu acho que foi se calhar o último momento que eu me lembro em que as pessoas sentiram de facto excitação e ansiedade para serem ouvidas e para verem o quê que ia acontecer e para lerem nos jornais e que não foi aproveitada, porque de repente chegam ali... afinal não era o que eu estava á espera, não era o grande projeto que venderam... e normalmente quando se vende uma coisa e essa não

corresponde as pessoas para a próxima já não vão lá, não é? E... e isso faz falta.

Carla – Ou seja, a partir daí já dá perfeitamente para voltar ao início da entrevista e compreender o porquê das pessoas não pegarem nos jornais, não pegarem nos média. Tudo passa por essa questão da informação não ser aproveitada, não ser muitas vezes fiável...

Sebastião – Sim, sim, sem dúvida.

Carla – Tudo passa por esse... por esse... por essa bolha que falavas.

Sebastião – Sim. Sem dúvida nenhuma. É isso, os jornais estão numa bolha e não estão a fazer o seu trabalho de uma forma competente, se olhares para a classe toda, não é? Ah... é a tal questão... num país normal, a CM TV não teria as audiências que tem, ou seja, ia ter sempre alguma porque o sensacionalismo sempre existiu, mas a diferença e capacidade de força que tem para chegar às pessoas... não teriam. Não teriam porque de repente a coisa que mais se ouve de as pessoas dizerem normalmente é: há um desastre e está logo um gajo da CM TV, não é? Podemos falar sobre... o ridículo que isso é, mas essa ideia... não é a CM TV que está a fazer bem, a CM TV é que ainda consegue fazer isso, ah, porque se calhar aqui a uns anos não acontecia como aconteceu durante, durante a segunda... aquele segundo dia lixado de incêndios... só havia um jornalista que conseguia efetivamente estar dentro da cidade de Tondela, e era da CM TV, e havia um jornalista da Lusa que estava a trabalhar na Lusa dentro da cidade de Tondela, não havia mais ninguém lá, ah... e morreram... eu vou dizer pessoas porque não me lembro do número ao certo, mas morreu gente em Tondela. Ah... e é claro que as pessoas de repente se viram para a CM TV porque não têm mais nenhum sítio para serem informadas sobre aquilo, não é? Eu não quero ouvir um tipo sentado confortavelmente em Lisboa a dizer que a situação está crítica em Tondela. Claro que está crítica em Tondela! Espetacular! Eu sei disso ao ir ao site da proteção civil! Agora dá-me alguma coisa que eu não estou a saber noutros sítios, não é? Ah... e... e lá, de novo, de repente a comunicação social é mais lenta e mais incompetente que o Twitter. Porque eu vou ao Twitter e de repente tem um tipo que filmou dez segundos do incêndio á porta de casa. Se ele disser que aquilo é Tondela, a maior parte das pessoas ok, aquilo é Tondela.

Carla – E mesmo assim o Twitter não é muito forte aqui em Portugal e mesmo assim consegue ter esse peso.

Sebastião – Sim. Sim. Sim. Eu acho que o Twitter em Portugal até... tem... tem muita gente que gosta de se sentir informada. Eu acho... nem é tanto... por exemplo, no Facebook... porque há aquela questão de tu no Twitter não adicionas aquela gente que andou contigo na primária e tu não te identificas com elas, não tem os mesmos interesses que tu, e no Twitter segues pessoas interessantes, ou o que tu designas como interessantes, não é? E, e invariavelmente nesse... aí, essas pessoas vão falar dos grandes assuntos e tu a partir daí, já de si tens algum respício de informação e isso talvez te possa puxar de novo para... eu gosto de ser informado, o Twitter é... li à pouco tempo um tipo que descreveu isso assim: o Twitter às vezes, em momentos de grandes notícias que estão a acontecer de última hora... é quase um rush de adrenalina porque de repente está tudo a acontecer ao mesmo tempo e está tudo, toda a gente a fazer a mesma coisa para saber da mesma coisa. Isso é interessantíssimo, não é? Ahm... e... e lá está, é outra ferramenta que cá não é, não é muito usada nos jornais. Os jornais basicamente usam o Twitter... aliás, há muitos que têm um... um plug in para postar diretamente no Facebook.

Carla – Exatamente. Só para fazer repost das outras plataformas.

Sebastião – Sim, sem dúvida nenhuma. E isso é gravíssimo, não é? Eu acho piada porque... agora a Buzz World para muitos jornais, que temos de fazer o... lá fora é o pivot to vídeo, que é uma coisa incrível, mas cá é temos que fazer a transição para o Instagram. E eu sei o que vai acontecer na transição para o Instagram... vão ser fotos de arquivo e... nada! Porque se de repente põem uma foto de arquivo, um título e um link, ninguém vai abrir aquilo na app. Não é? Agora se vocês fizerem um bom trabalho de redes sociais e me derem a notícia ali, ou na foto, ou naquele vídeo, então eu não preciso de nada, eu já estou a ser informado, não é? E... porque depois os jornais... já estou a falar demasiado, quando precisares que eu fale eu também paro.

Carla – Ahaha, á vontade!

Sebastião – Mas o... os jornais estão muito presos ao site. À ideia de que... não é como é que eu chego às pessoas, é como é que eu pego nas pessoas e as faço chegar ao

meu site. E isso é compreensível porque ainda estão presos ao modelo tradicional, e que falhou de publicidade. Na internet que é... vamos por banners, as pessoas têm que vir aqui e gramar com os banners. Se as pessoas já não estão a gramar com os banners, vamos por uma publicidade obrigatória. Já não chega por um vídeo obrigatório, quer dizer...

Carla – Isso agora já vai para aquele sitio em que as pessoas não participam por causa disso, mas eles continuam... isso agora já vai pegar noutras situações que não chamam muito, que é o marketing.

Sebastião – Sim.

Carla – Ahahah. Já não chama muito para aqui mas vai para aquela questão da participação em que as pessoas não vão até lá e eles acabam sempre por fazer a mesma coisa de maneira às pessoas irem mas... não dá em nada.

Sebastião – Não, não, não, não, de todo! Até porque... e... a área tem uma grande animosidade para os marketeers, que eu acho linda, engraçadíssima, porque, porque se, se nós aprendêssemos certas coisas... nós, direções e quem gere o lado de não fazer notícia ( )... se aprendessem um bocadinho mais com marketeers, se calhar as coisas não estavam assim tão más, não é? São os grandes inovadores do que é a era digital, do que é... como fazer render a internet e a era digital, e nós achamos que eles são o inimigo e isso não faz sentido nenhum, quer dizer, é surreal. Eu quando, durante o curso, eu escolhi como opcional fazer marketing e a maior parte dos meus colegas disseram que eu era estúpido, que não podia ir para o inimigo e isso é ridículo, quer dizer, ainda estamos presos a... conceitos que enfim. Não é? Como se hoje em dia eu saísse do curso e me dessem uma caixa de rádio para ir para a Palestina trabalhar, quer dizer, isso não vai acontecer, não é?

Carla – Sim, porque a verdade é que isso está automaticamente ligado ao modo como o cidadão pensa, ao modo como o cidadão vai agir e vai participar.

Sebastião – Claro. E, e, e hoje em dia em que as pessoas têm cada vez mais uma forma muitíssimo empreendedora de ver a sua vida, de levar a sua vida. Nunca antes... as pessoas tinham uma ideia, a ideia de que a própria vida é um projeto empreendedor, que eu vou melhorar-me. Já não era a ideia de carreira típica de que: eu entro aqui e vou

subindo aqui os dez ou quinze degraus até morrer ou me reformar. Não, de repente há uma ideia daquilo que tu queres, e há um... o marketing também agiu, que é: eu tenho uma paixão que eu posso monetizar, seja fazer porta-chaves, seja fazer arranjos florais, seja fazer seja o que for, não é? É claro que isso depois pode ou não contribuir para uma bolha de... há muitas empresas que abrem... de fora, por exemplo, que é o... o ambiente startup e que abrem como micro antes das PME's... que fecham passado pouco tempo porque não têm o acompanhamento certo e porque há... às vezes não é demasiado empreendedorismo, mas é demasiado empreendedorismo sem o conhecimento e a capacidade que... que o busca, não é? Às vezes vê-se isso... nas startups, quer dizer... eu fiz muito, fiz muito cobertura de tecnologia no local, fiz muito que está na UPTEC, muita coisa aqui... epá, se eu tivesse... se eu recebesse dinheiro por cada vez que alguém me está a tentar vender um... uma coisa que reinventa o mobiliário, eu pergunto-lhe a estratégia para vender e me diz vou fazer anúncios pagos no Facebook, quer dizer, se eu tivesse dinheiro por isso, eu não precisava de trabalhar, isso é uma coisa... ahaha, não é? Ahm... ou então, ou então ouvir coisas como: opá eu criei a startup, agora as pessoas têm que vir cá comprar. Pronto ok, sim senhora, não é? Eu também vou publicar o meu artigo em casa e tens que ir lá ler. Mas é... mas é muito comum, mas... o que acontece é: as pessoas têm essa maior independência no pensamento do que é a vida, e isso tem, isso devia de ser aproveitado para melhorar muito mais a independência crítica, no sentido política e social, não é? As pessoas hoje em dia só são, vou usar a expressão popular “comidas”, em termos financeiros e económicos, pá, se forem especialmente propensas ou se forem realmente enganadas em burlas e em coisas do gênero. Porque têm muitas ferramentas ao seu alcance para organizarem as suas finanças, para organizarem negócios...

Carla – Ou seja, muitas vezes é o próprio cidadão que... tem a preguiça ou não tem o interesse em querer saber.

Sebastião – Sim. Sim. Eu, eu usei um exemplo à pouco tempo muito, muito claro com miúdos que foi, eu disse-lhes assim: se eu vos desse a ler uma reportagem... ah... opá, sobre a anexação da Crimeia, se calhar vocês não têm assim muito interesse ( ). Depois eu disse: vocês estão no décimo segundo ano, se eu fizer um texto sobre como é



que vocês podem, que requisitos, que tipo de coisas, que tipo de barreiras é que vocês enfrentam ao entrar no processo de candidatura ao ensino superior... e se eu falar com jovens e com professores, com assistentes e com especialistas sobre qual é a melhor forma de evitar as chatices, fazer uma candidatura à bolsa e não sei quê... vocês têm todo o interesse em ler? E eles: Exato! Nós até temos andado a procura disso! Não sei quê tal...exatamente! Mas se calhar se tiveres um jornal em que lês primeiro essa, tu gostas da escrita, tu gostas do que ali está, tu gostas do trabalho que eles fizeram, e tu sentes-te em certa forma grato e tu vais... no fundo depositar essa confiança noutra, noutra... depositar essa confiança noutra, noutra peça a seguir e vais gostar de ver. E eu, e eu continuo a dizer, que eu acredito nisto, mas como passo fundamental da minha vida... Não há ninguém que possa, quer dizer, há muita gente que o diz, mas não há ninguém que possa dizer realmente que não gosta de ler. Ler é a melhor coisa do mundo, as pessoas adoram. Têm que adorar porque dá uma sensação absolutamente indescritível da ideia de... receber coisas e se sentir mais por dentro por isso. Eu sou mais agora por ter lido esta reportagem, eu sou mais por ter lido este livro, ah... Só que as pessoas estão desligadas disso, e acho que em parte por causa da educação e em parte porque os jornais deixaram de fazer isso. Porque os jornais, até se puxarmos historicamente, eram os sítios onde se publicavam os boletins de Eça de Queiroz ou de... de excelentes outros... escritores, portanto havia essa ideia de que o jornal era para o povo e era para coisas para as pessoas e do que as pessoas podiam ler ali e gostavam de ler o jornal. O jornal já não era, como às vezes ( ), eu as vezes pergunto aos miúdos para dizerem uma palavra para completarem a frase que é: ler, ver ou ouvir as notícias é... Epá e eu em todas as turmas ouço os miúdos dizerem a palavra “obrigação”. Percebes? Isto é o fim, não é? Ah... devia ser... um prazer já é se gostares muito, mas pelo menos uma coisa que te deixa sentir bem. O sentimento de eu estar informado, ah... porque isso é ser menos vulnerável a que... a que não te aconteçam coisas más, não é? Ah... Se tu sabes que... Sei lá, faz-me lembrar aquele casal, aquele casal português que foi apanhado no meio da primavera Árabe e que deu uma entrevista surreal para uma televisão porque tinham ido para lá de férias. Não é? Meteram-se num avião para Tunis ou lá para onde é que foi e pronto, vim passar férias aos países da primavera Árabe, e aquilo tudo a acontecer e de repente os tipos: epá eu não sei se é a guerra civil se é o caraças, ou seja eles nem sequer sabiam.

Porquê? Porque não leram. Não é? Chegaram ao Google: voos baratos para Tunis. Pau! E siga. Não é? E acho isso... é... é medonho isso. Isso leva assim sem esticar, não é exagerado, mas esticar a coisa à grande escala, isso leva àquelas sociedades utópicas que agora vemos tanto na literatura e na televisão... quer dizer, claro que leva, porque se as pessoas estão em bolhas, são facilmente manipuladas, não têm informação para saberem que aquilo não é verdade. Não é? Ahm... E é isto sim vou-me calar. Ahaha. Porque acho que é isto. Sim. Ahahah.

Carla – E... já me deste mesmo muita informação.

Sebastião – Sim!

Carla – Mesmo muita.

Sebastião – Ainda bem.

Carla – Só tenho a agradecer-te...

Sebastião – Ainda bem.

Carla – ...pela ajuda e...

Sebastião – Espero que tenha dito coisas em condições!

Carla – Claro que sim!

Sebastião – Ahahaha!

Carla – Gostei... gostei imenso. Gostei imenso da tua presença aqui. E gostei de falar contigo. Porque apesar de tudo não vi isto como uma entrevista, mas sim como uma conversa porque aprendi imenso contigo.

Sebastião – Ah! Ainda bem, obrigado. Obrigado.

Carla – Só tenho a agradecer.

Sebastião – Claro! Só tenho pena é que vais ter que transcrever isso tudo.

Data da entrevista: 23/02/2018

Nome do entrevistador: Carla Costa

Nome do entrevistado: Henrique (nome fictício)

Cargo do entrevistado: Político

Tipo de entrevista: Presencial

Duração: 47 minutos

### Transcrição

Carla – Antes de mais, obrigada por ter vindo, por me estar a ajudar aqui na minha dissertação. Conforme leu na carta de consenti... de consentimento informado, os seus dados utilizados serão apenas para a dissertação, ou para avaliação do júri ou orientadora. Posso omitir o seu nome, ah, da dissertação se assim o pretender...

Henrique – Pode. Pode omitir, mas penso eu que não há necessidade.

Carla – Ok. Isso é conforme... conforme pretender. Ora...

Henrique – Ok.

Carla – Para começar, gostaria de... que se apresentasse um bocadinho.

Henrique – Ok, ah... Chamo-me Henrique ( ), ah... tenho vinte e nove anos, sou... dirigente político, ah, desde os meus, ah, dezoito anos, dezanove anos, mais ou menos. Ah, comecei como coordenador aqui da Juventude Socialista da Senhora da Hora, da JS, da Juventude Socialista. Depois, ah... tornei-me líder da JS de Matosinhos, ah... faço parte dos órgãos nacionais da Juventude Socialista, dos órgãos distritais da Juventude Socialista. Sou também dirigente do Partido Socialista aqui da secção da Senhora da Hora. A nível distrital sou também dirigente e a nível nacional também sou dirigente. Ah... para mim a política é apenas um... uma parte ativa da minha vida, porque eu sou trabalhador, ah, sempre fui trabalhador-estudante, mas agora estou só dedicado à parte do trabalho. Sou cofundador de pelo menos duas *startups*, ah... faço associativismo, gosto de cozinhar, e... e de alguma forma tento dar o meu contributo dentro do tempo que tenho

livre para a sociedade e por isso é que faço política.

Carla – Uma... uma boa resposta. Muito boa resposta. Das melhores que tive até agora! Ora... como sabe o tema da tese que estou a realizar baseia-se numa possível influência dos média na participação política dos jovens. Nesse sentido, e após dados previamente recolhidos, compreende-se que os jovens têm vindo a ser representados maioritariamente de forma negativa na comunicação social. Na sua opinião, existem motivos para que esta situação aconteça?

Henrique – Ah... eu acho que, eu acho que não. Eu acho que não existem... quer dizer, num ponto de vista geral... é assim, eu acho que não existem motivos, obviamente que existem aquele... aquela ideia de que os jovens que estão na política ou que vão para a política vão todos à procura de tacho, ou de alguma forma de uma oportunidade de carreira que não têm de uma forma... ah... de uma forma mais, digamos, natural, ah, isso de facto acontece. Há jovens que vão para a política à procura de tacho e de fazer uma carreira política porque não conseguem arranjar isso num privado, mas de alguma forma temos de ver que existem, ah, dois cenários: um... uns porque realmente gostam, porque de facto é apaixonante, é apaixonante ajudar os outros quando se consegue concretizar as ideias e pô-las em prática. Por outro lado, há outros que não têm bem a paixão, mas têm de alguma forma a força de vontade para conseguir isso e portanto é normal que os jovens tenham às vezes esse... essa conotação de que vão para a política por causa da parte, digamos assim, de tentar encontrar tacho, os chamados tachos políticos, ah... e a comunicação social explora um bocadinho isso. Por exemplo, em outros países... em alguns países europeus, vemos alguns jovens dirigentes, de juventudes partidárias, ou mesmo em partidos políticos, que são notícia pelas melhores razões. Por exemplo, eu próprio já consegui fazer uma série de iniciativas, já fizemos uma série de atividades e a verdade é que nunca saímos na comunicação social. Parece que aquilo que é bom não interessa, o que interessa é aquilo que geralmente as pessoas possam criticar. Pronto, e obviamente comportamento gera comportamento, por exemplo, se nós tivermos constantemente a educar as pessoas de que... a dizer-lhes a elas que os jovens... ah... na sua prática política às vezes têm uma... resultados negativos, que também pode acontecer, ninguém é perfeito! Isto é normal, em todas as organizações existem bons exemplos e

existem maus exemplos. Mas... eu penso que... ah, a comunicação social tem um papel importante em alterar esta perspetiva se começasse, por exemplo, a partilhar coisas mais positivas, então isso começaria a mudar a... a ideia que, que passa... de uma relação negativa pelos jovens que depois acaba por afastá-los. Porque por exemplo, ah, eu várias vezes assisti a jovens com muita capacidade a serem postos em causa em praça pública, por exemplo, através das redes sociais, através dos jornais, ah... e que depois o contraditório é muito difícil de voltar a ter o mesmo impacto que a notícia inicial teve. E obviamente que ninguém quer-se expor, que expor a sua vida de uma forma quase *Ad Eternum*... o que cai na internet, na internet para sempre, não é?

Carla – Ou seja, acha que o foco negativo perante os jovens que estão ligados à política é maior que os aspetos positivos que possam aparecer?

Henrique – Sim, mas isso... exatamente! Eu acho que... eu acho que isso também acontece... eu, eu, eu entendo perfeitamente que as pessoas não fazem... os profissionais da área da comunicação não fazem por mal, não fazem: *hey vamos procurar aqui maus exemplos de jovens na política e vamos vender isto!* Não. O que acontece é que a própria sociedade consome maus exemplos. Nós vivemos numa sociedade em que, por exemplo, ah, se elogiarmos alguém... no seu dia-a-dia, ah, é banalizado, mas se criticarmos parece que a percentagem, o valor que essa expressão tem é muito superior do que se fosse um elogio. Nós não estamos recetivos aos elogios, nós estamos recetivos às críticas e reagimos em relação a isso. Geralmente quando vemos uma boa notícia, as pessoas não partilham, as pessoas não falam, as pessoas não divulgam. Mas se vemos alguém a fazer alguma coisa de mal somos os primeiros a apontar o dedo e a comunicação social limita-se a fazer aquilo que vende, a comunicação social também tem que vender, isto é tudo um negócio, por mais, por mais, ah... imparciais e profissionais que tentem ser, tudo tem o seu custo, não é?

Carla – E de certa forma a próxima questão que tenho aqui vai precisamente de encontro ao que estive a falar agora, que basicamente é: de acordo com a investigação foi possível verificar que os temas políticos não são abordados em relação aos jovens mesmo sendo verdade que nos últimos anos muitas das grandes manifestações em vários países têm sido lideradas por jovens. Tendo em conta a sua experiência na política, poderá

explicar o porquê de isto acontecer?

Henrique – Ahm... Bem, primeiro porque, ah... Lá está, eu acho que vai um bocadinho naquilo que eu estava a dizer, porque geralmente os jovens... as notícias, as notícias que possam sair eventualmente sobre os jovens, teriam que ser quase todas elas, ou grande maioria delas, positivas porque estamos a falar de pessoas que começaram o seu percurso político, pessoal e profissional à pouco tempo, portanto a margem de erro deles ainda não é tão intensa como um político já profissional e que de facto, se calhar, rapidamente consegue cometer mais erros. E obviamente que, ah... Os jovens aqui, ah... hum... Eu penso que os jovens aqui de alguma forma... Se... se a comunicação social pusesse um peso mais ativo na partilha de informações positivas sobre aquilo que eles fazem, ah, eu penso que seria muito mais fácil um jovem interessar-se em fazer uma manifestação, interessar-se em ir para a rua e ter orgulho em dizer que tem uma participação política ativa. Ah... por isso eu acho que, eu acho que sim. Acho que a comunicação social aí tem um papel importante, nessa parte.

Carla – Ok, e a próxima questão está, uma vez mais, interligada a esta questão das manifestações e da... da participação ativa dos jovens. Basicamente liga os portugueses, que têm vindo a ser representados cada vez mais de forma positiva, tanto em contexto nacional como internacional, e, na sua opinião quais são... quais são as razões que levam a comunicação social a ter uma visão mais negativa desta geração mais jovem?

Henrique – Ah... ok. Essa pergunta é complexa, mas eu vou tentar ser simples. A questão aqui é que... a questão aqui... é uma questão de base, acho eu. Ah... que tem a ver com o nosso sistema... o nosso sistema... o nosso sistema educativo, de alguma forma, porque, ah, nós não preparamos os nossos jovens para eles resolverem problemas. Nós preparamos os nossos jovens para eles seguirem metodologias que outras pessoas já definiram em tempos e situações completamente diferentes. Obviamente que não estou aqui a falar de problemas matemáticos, nem nada disso, ah coisas que são o que são...

Carla – Mas sim na base da educação.

Henrique – Exatamente! Por exemplo, ah, nos sistemas de ensino japonês, nipónico, ou sueco, ou norueguês, ou finlandês, ah, eles procuram ah... que os jovens resolvam

problemas. Se os jovens resolverem problemas, eles obviamente que quando tiverem no dia-a-dia vão ser capazes de encontrar soluções para qualquer problema que às vezes possa surgir. Obviamente que num... atualmente nós vemos bons exemplos na comunicação social de partidos, de políticos que conseguem alcançar grandes feitos, o caso do António Guterres a nível internacional, porque pertenceu a uma geração que tinha que resolver problemas. A nossa geração, as gerações mais novas de alguma forma, ah.... Estão a ser formatadas para absorverem a informação e não para a tratarem. É preciso... é preciso depois de alguma forma perceber que isso tem impacto futuro, neste caso, obviamente que começamos a ver cada vez menos exemplos, se calhar, de jovens políticos que possam, a nível internacional, sair em órgãos de comunicação social. Eu acho que percebi a pergunta, Carla, mas se por acaso eu não responder bem diga-me, que isto foi um dia longo de cansaço e eu posso recapitular a resposta...

Carla – Acredito que sim. Não, estive muito bem. Então basicamente, na sua opinião, a educação, ou, neste caso, a educação formatada que levamos desde pequenos, se calhar tanto na escola como talvez nas nossas famílias, ah, são as razões que levam, se calhar, à comunicação social ter uma visão um pouco mais negativa. Ou seja, esta questão de o jovem não ter a capacidade de resolver os problemas sozinho...

Henrique – Ah, um pouco. Por exemplo, nós vemos, nós vemos, ah... eu conheço alguns jovens que fazem associativo e conseguem coisas tão incríveis e eles têm tipo dezassete, dezoito, dezanove, vinte anos, e eu nunca os vejo na comunicação social. Eu conheço dois casos, por exemplo, dois jovens que até foram... um foi campeão, ah, do mundo e o outro ganhou uma medalha de bronze numa categoria de karaté. Ah, e a verdade é que eu não vi as notícias deles em lado nenhum. E eles por acaso até são aqui de Matosinhos, são aqui da Senhora da Hora e se não forem os pais a fazerem um esforço tremendo, as associações a fazerem um esforço tremendo a divulgar nas redes sociais, a comunicação social simplesmente não pega. Parece que...

Carla – Ou seja, nem em jornais regionais?

Henrique – Nada, nada, nada. É preciso uma insistência muito grande para que isso aconteça. Parece que... Parece que a... Lá está, não sei, não sei. Nessa questão eu acho

que também tem muito a ver com a estratégia do que o público consegue absorver. Se nós tivermos a só receber coisas negativas... não é? As coisas positivas não têm tanto impacto.

Carla – Exatamente. Ah... A próxima questão tem a ver precisamente com essa questão da cidadania, em que... tratando agora acerca de temas políticos, este normalmente são abordados de forma negativa pelos cidadãos e pelos média. Na sua opinião, quais são os motivos que levam a este tipo de abordagem?

Henrique – Ah... primeiro, eu acho, eu considero aqui a falta de transparência por parte dos agentes políticos que... porque é assim, a culpa não pode ser só... não podemos ver as coisas de uma perspectiva só. Eu acho que de alguma forma existe aqui alguma falta de transparência, se calhar naquilo que é o trabalho do dia-a-dia do agente político, e que as pessoas simplesmente não conhecem, e portanto... mas se calhar também não conhecem porque o agente político também não partilha essas informações. Se eles partilhassem essas informações, as pessoas iam realmente perceber que também há trabalho que não se conhece, mas que é feito. Por outro lado, também acho que, ahm... há aqui uma espécie de sentimento agridoce, de sabor agridoce, porque as pessoas também não querem muito saber. Portanto, juntam-se aqui os ingredientes certos para que isto seja sempre uma espécie de... azafama em que as pessoas, uns querem saber mas outros não querem, e ninguém quer ser o primeiro a... a preocupar-se ou a tentar mudar a sua... talvez a sua postura. Porque se... se as pessoas participassem mais em assembleias de freguesia, em assembleias municipais, se as pessoas consultassem mais os relatórios das câmaras municipais, se as pessoas percebessem melhor um bocadinho, ah... ou se procurassem, ah... se interessar pelas leis que possam ser aprovadas, eu acho que os próprios políticos também iam aumentar o seu nível de exigência. Se nós aumentarmos o nível de exigência face a um problema, das duas uma: ou as outras pessoas acompanham todas, ou então elas vão ficar naquele sitio, mas o nível de exigência tem que continuar. E se eles mantiverem esse nível de exigência por parte dos agentes políticos, eles também vão ter que ter esse nível de exigência com eles próprios e com terceiros, acredito eu, portanto...

Carla – Ou seja, este desinteresse por parte dos cidadãos pode ao mesmo tempo



contaminar...

Henrique – sim!

Carla – Contaminar os média, o que leva os média também a um pensamento mais negativo. Tudo isto porque os cidadãos têm um determinado desinteresse por fatores políticos.

Henrique – Exatamente! Logo, como é que eles conseguem atrair a atenção? Através de situações negativas, não é? Se... isto é, isto é... isto é quase um pouco como aquela, aquelas questões em que quando acertas... ninguém, ninguém se lembra, mas quando erras ninguém se esquece. E, portanto, os média aproveitam esse espaço que existe para fazerem notícias e para lançarem e promoverem notícias. Porque eu, obviamente que eu, acredito que eles, ninguém que tenha a informação como os média têm, façam um mau trabalho. Eu acho que eles, se são pessoas que têm a capacidade obviamente de perceber o quê que é notícia e o quê que não é notícia. Se o publico deles absorve aquilo, eles têm que dar aquilo. É... é um bocado por aí.

Carla – E agora... relativamente á questão anterior, poderá este tipo de abordagem negativa levar ao afastamento dos jovens na participação política e abdicar de parte do seu dever como cidadão?

Henrique – Claro. Isso era um bocadinho daquilo que eu até te estava a responder mais na outra pergunta, mas por exemplo, eu... eu, eu so cofundador de *startups*, dedico-me ao meu trabalho, faço voluntariado, fiz uma série de coisas. É muito chato eu depois ler notícias em que dizem que os jovens são todos uns interesseiros e depois só tem, só tem maus exemplos nas notícias... é aquele que faz isto, aquele que é padrinho deste, aquele que é o filho daquele, quer dizer, parece que todos os jovens, metem os jovens todos no mesmo saco. Eu acho que se calhar devíamos de começar a promover mais bons exemplos... há aquele jovem que faz aquilo aquilo aquilo aquilo aquilo e aquilo, mas não abdica da sua participação política. Quem é este rosto? Há aquele jovem que também faz isto isto isto e isto, mas não abdica da sua participação numa associação. Quem é este rosto? Ou seja, comportamento gera comportamento e a verdade é que se, ah, isto é quase como... você bebe café com açúcar ou sem açúcar?

Carla – Sem.

Henrique – Sem açúcar. Eu bebia café com açúcar durante muito tempo. E quando comecei a beber café sem açúcar eu parece que não conseguia perceber o sabor do café, mas hoje em dia bebo café sem açúcar. Só custa o início porque depois é uma questão de hábito. E como o ser humano é um animal de hábitos, se nós nos começarmos a habituar, quando há mudança de comportamentos, há ali um espaço, um tempo de reação, que muitas vezes não nos interessa, porque as pessoas vão dizer: *epá, este jornal... não gosto das notícias*, e não sei quê. Mas depois começam a mudar as notícias e começam-se a habituar a boas notícias, ou melhor, a notícias um bocadinho mais dispare, para não serem só más notícias sobre os jovens, podia haver ali um misto.

Carla – Ou seja, então a partir do momento em que o cidadão, ou neste caso também o jovem, começar a tomar um determinado interesse no seu dia-a-dia por ações políticas ou por qualquer outro tipo de ação, isso depois provavelmente poderá levar a uma participação, apesar da abordagem negativa...

Henrique – Claro. Claro. Vejamos desta perspetiva: ah... o Cristiano Ronaldo partilhou um *post* no facebook a fazer abdominais ou a fazer flexões a dizer que é o primeiro a chegar ao treino e o último a sair. Como é que os jovens que praticam desporto vão começar a agir? Assim! Eles vão agir como se quisessem ser o Cristiano Ronaldo, mas não é o Cristiano Ronaldo em pessoa. Eles vão agir como se quisessem alcançar o sucesso e o nível profissional que o Cristiano Ronaldo tem. Ele é bom profissional não só porque chuta e marca golos, ele é bom profissional pela metodologia que ele tem, pela conduta que ele tem. Quem fala no Cristiano Ronaldo fala noutras pessoas que no exercício das suas funções desportivas ou associativas tem muita disciplina. E obviamente que se eu tiver um bom exemplo político, eu vou dizer: *epá, afinal eu também posso ser político... afinal também é bom, é fixe*. É porreiro pensar nesse tipo de coisas, mas se não há bons exemplos, se ninguém promove bons exemplos, como é que a malta mais nova vai querer seguir as pisadas daquelas pessoas? Não vão querer. Porquê que toda a gente gosta do Obama? Porque ele for uma lufada de ar fresco, ele foi uma pessoa que não teve casos extraconjugais, que tratou bem a mulher, que fez com que as mulheres dos outros tivessem inveja da própria mulher porque ele tratava tão bem a mulher, ah... foi uma

pessoa que foi próxima dos jovens, das pessoas mais velhas... e isso deu aquele sentimento *cool*. Aquele sentimento de: *epá, este tipo é dos nossos*. E de facto os políticos são como as outras pessoas normais, só que em algum momento criam um certo distanciamento que só os prejudica a eles, mas também de alguma forma é aproveitado pelos média, para vender de alguma forma, e por isso contribui daí para o afastamento dos jovens, portanto, se houvessem bons exemplos eu acredito que havia maior participação dos jovens na política. Não é preciso obriga-los a nada, ninguém precisa de ser obrigado a nada. Precisa é de ser inspirado, motivado e que lhes mostrem que existem outras opções, e depois a pessoa acaba por escolher qual é a mais certa, mas se nós temos a certeza que aquela opção pode ser uma boa opção, a pessoa acaba por escolher aquela opção.

Carla – E... foi uma resposta muito boa e muito informativa. Agora, relativamente, continuamos na parte dos jovens, vamos agora pensar um bocadinho no, no oposto. Em que é... o que poderá levar esta geração a uma aproximação política e à procura pela participação? E se considera a participação jovem um fator importante para o desenvolvimento do nosso país?

Henrique – Claro. Ah... por exemplo, o... os jovens, ah... ou melhor, nós somos de alguma forma um fator de irreverência porque nós não temos paciência. Tudo acontece tão rápido que nós queremos viver tudo rápido, e se queremos viver tudo rápido, nós temos uma tendência a que quando acreditamos numa coisa, nós queremos fazer logo, ou num curto espaço de tempo. Ah... e isso gera... isso faz fricção. Isso faz com que as superfícies, tudo comece a mexer. Eu se pegar nesta caneta, eu vou criar uma reação, essa reação vai ter efeito. Quanto mais tempo eu demorar a pegar na caneta, em mais tempo a reação vai surgir. O facto de os jovens serem o futuro deste país passa muito por aí, porque eles, ah, têm... vontade de criar reações, de mostrar que conseguem atingir um fim. Uma tese de mestrado, um doutoramento, que conseguem implementar uma ideia de negócio, que conseguem se calhar discutir com alguém que não tem tanta paciência e mostrar que existe um caminho diferente e que ele tem energia para o fazer, por isso obviamente que os jovens são sem dúvida nenhuma, ah, o futuro deste país. Não só pela fricção que causam, porque criam logo ali um fator de reação, mas acima de tudo pelas oportunidades

que eles podem trazer. Porque sempre que alguém novo, jovem, e que não seja jovem só na idade, mas novo em metodologia, em pensamento, em energia, que é preciso ter energia às vezes para fazer coisas, e há pessoas que têm uma idade bastante avançada, digamos assim, mas que são pessoas muito jovens na sua energia, e às vezes chegam a grupos se calhar mais jovens do que eles e conseguem ter uma boa força, uma boa motivação e que distribui carta que fazem com que quase que uma pessoa pense que aquela pessoa é que é jovem. O conceito de jovem aqui passa muito pela questão da irreverência. Há pessoas que têm vinte, vinte e cinco, trinta anos e têm quase vidas de setenta, oitenta e noventa anos e o vice-versa, portanto, se a mentalidade jovem é o futuro do país... é. Os jovens, ou menos jovens, não sei porque depende. Depende.

Carla – Ok. Então, ah, relativamente a uma possível aproximação política que os jovens possam ter parte, para além de passar por essa questão da mentalidade, de pensar mais além, e para além dos bons exemplos que você fez referência que poderiam servir com um guia... o quê que você considera ser mais necessário para além desses pontos? Para uma aproximação política mais forte.

Henrique – Eu acho que passava muito pela credibilização, acho eu. Porque... ah... infelizmente a política... está um pouco descridibilizada, não só aqui em Portugal, até a nível Mundial. Vejamos o Trump, o Donald Trump... o quê que está a acontecer ali? Vejamos em outros países em que... no Brasil, o que aconteceu no Brasil, o que está a acontecer na Venezuela, o que aconteceu na Síria. Parece que só isso é que são notícias, parece que não há bons, bons exemplos políticos no resto do mundo. Temos agora uma chama, o António Guterres, temos também uma figura política, da qual eu respeito, mas não partilho da sua doutrina, que tem a ver com o Papa Francisco que conseguiu também ele se colocar ( ) do dia e ser um bom exemplo para muita gente, até para os próprios padres e bispos da própria instituição. Eu acho que o que falta aqui neste momento é a credibilização. Eu acho que as pessoas não fazem... eu acho que as pessoas se alguma forma não, não... tanto agentes políticos como outros quaisquer... também não credibilizam muito, não credibilizam, isto é, eu acho que, mais uma vez volto à questão do exemplo: há políticos que credibilizam a política, mas ninguém sabe quem são... e, portanto, parece que os outros é que são o rosto da coisa negativa que é a política. Mas é

que há bons rostos, bons exemplos, e portanto se os média tivessem mais insistência aí, eu tenho a certeza que a credibilização iria aumentar. E com a credibilização as pessoas iriam começar a reparar nos agentes políticos positivos e iram começar a querer ser como eles também.

Carla – E a próxima questão que eu tenho aqui é precisamente... toca precisamente nesse ponto, que é a obtenção de informação, em que atualmente os meios de comunicação social têm vindo a ser colocados de fora no que toca à obtenção de informação por parte dos jovens. Na sua opinião, quais são os fatores mais importantes a aplicar, ou a mudar, para que esta geração opte de novo pelos média?

Henrique – Olhe, vou-lhe dar um exemplo. Eu, ah, não vejo televisão tradicional. Ah... eu...

Carla – Quando falamos em média, falamos em televisão, jornais, tudo...

Henrique – Sim. Jornais.

Carla – Rádio...

Henrique – Sim. Rádio. Rádio ouço alguma, por exemplo, ouço a Antena 1, gosto de ouvir a TSF, ah, não, no que toca à imprensa escrita, não me remeto apenas para jornais nacionais, procuro às vezes ver notícias internacionais porque, ah, acabou... as redes sociais acabaram por trazer uma coisa que são... o clique rápido, o clique fácil, a partilha, ah, e nós vemos isso em pessoas que têm às vezes, ah... a necessidade de se promoverem nas redes sociais, só mesmo para ver se tem mais um gosto, se tem mais um comentário, se tem mais ali alguém que lhes dê mais um bocadinho de atenção. E os jornais seguiram... os jornais como são organizações humanas também, seguiram um pouco esse princípio, e, portanto, temos jornais que procuram mostrar rapidamente a notícia, nem que seja o título. É que já chegou ao cúmulo nas redes sociais, no, no, no, ah... nas informações online, em que uma pessoa abre uma notícia prrrrrrr! Com um título incrível... e o conteúdo ainda está em construção.

Carla – Ou seja, mas esse conteúdo em construção já se está a referir a, por exemplo, os jornais online?

Henrique – Sim. Eu estou-me a referir aos jornais online, sim. Na imprensa escrita obviamente que funciona um pouco melhor. Eu considero, por isso é que eu acho que a imprensa escrita dificilmente, ah... bo... pe... a boa imprensa escrita... poderá algum dia acabar? Eu acho que não. Eu acho que vai haver sempre essa preocupação porque as... ou então em formato mais... digital, mas não tão online, portanto, noutro tipo de suporte porque as... a noticia escrita é uma notícia mais cuidada, mais elaborada, mais pensada, que tem às vezes duas ou três perspetivas, em que o jornalista tem mais cuidado na divulgação da informação... na vertente online não. Por isso é que é normal que os jovens fujam desses, dessas... dessas notícias que vêm dos jornais porque... depois isto é um circulo, não é? É um circulo vicioso e depois as pessoas começam a procurar. A informação é tanta que as pessoas começam a procurar as suas notícias. Temos um caso de um clube português em que diz aos seus sócios para não verem... ah... fontes de informação noutras entidades que não aquela do clube e, portanto, isso já mostra como é que as pessoas já estão a funcionar, que é... eu, eu... eu posso chegar à informação como eu quiser, não é? E portanto eu como não tenho noção de como é uma boa informação, por mim qualquer coisa serve. Lá está, volto àquilo que eu estava a dizer no inicio: nós temos que estar sempre a aumentar o nível, que é para mostrar às outras pessoas que aquilo é que pode ser o caminho. E nunca descer. O que acontece é que a maior parte da imprensa acaba por aceitar esse caminho mais fácil: *ok, vamos descer o nível porque nós queremos é ter mais gostos e likes e alcances para podermos aumentar as taxas de publicidade*. Tau, tau, tau!

Carla – Ou seja, para os jovens se calhar poderem voltar, ah... à parte de procurar a obtenção de informação pelos média, pela comunicação social, se calhar passa então um bocadinho por ter informação mais real, mais fiável, mais credível do que propriamente nas redes sociais. Porque hoje em dia os jovens utilizam muito esse clique rápido, como fez referência...

Henrique – Sim.

Carla – Passa então por uma investigação mais aprofundada por parte dos média e por uma maior valorização...

Henrique – Por exemplo, eu acho que, neste momento... se estivéssemos a falar há meio século atrás, há um... ou mais até... ah... isto, onde se começava muitas vezes diria onde nós iríamos acabar. Portanto, se tivéssemos uma pessoa que fosse filho de um agricultor, eventualmente aquela pessoa iria saber de agricultura o resto da vida toda, iria ter só acesso a informações de agricultura, o filho iria ser agricultor e continuar no lugar da família.

Carla – A tal questão da educação.

Henrique – Exatamente. Hoje em dia, eu e a Carla, independentemente do sitio onde a gente começa, vamos acabar em sítios completamente diferentes porque agora nos temos acesso provavelmente á mesma informação. Ela está espalhada pelo mundo inteiro. Eu posso-me interessar por informação mais relacionada com espaço e a Carla com informação relacionada com tecnologia de ponta. São duas coisas complementares, mas se calhar nós começamos os dois no mesmo sitio, mas não quer que vamos acabar no mesmo sítio. O que acontece com a informação, e por isso é que os jovens recorrem ás redes sociais e aqueles sites onde qualquer um pode ir lá e escrever uma notícia, um blogue e não sei quê, porque, ah, a imprensa não percebeu que a informação de qualidade com pessoas de qualidade, com materiais de qualidade num mundo cada vez mais prostituído é difícil de encontrar. E, portanto, se a imprensa perceber que quer marcar o espaço deles e dizer assim: *ok...* Isto é quase como as francesinhas. Eu sei que é ridículo, mas eu também já estou com um bocado de fome...

Carla – Ahahaha! Temos as boas e temos as más. Ahahah!

Henrique – Exatamente! Toda a gente sabe um bom sitio para comer francesinhas. E a maior parte das pessoas que são da mesma zona dizem: *é ali, naquele sitio!* Porque aquele sitio ficou destacado como sitio bom para as francesinhas. Mas quando vamos a um restaurante em que a francesinha não é má, é má, a gente nem sequer come. É exatamente... come qualquer uma. Não é? Tanto faz comer ali, já que é má, como comemos ali ao lado, já que é má, já que é má ali. Agora, se for num sitio bom, nós só vamos ali àquele sitio. Acontece quase a mesma coisa com a imprensa: nós comemos aquilo que sabemos que é bom, ou que se alguma forma não é bom, opá, então comemos

qualquer coisa. As pessoas têm que se alimentar no seu dia-a-dia, e da mesma forma que têm que se alimentar, têm que se informar.

Carla – Claro. Passa por aquela questão de aquilo que os cidadãos querem, é aquilo que os cidadãos vão ter.

Henrique – Pois. É um pouco assim. Mas às vezes é preciso coragem para dizer que a pessoa está errada. Porque nós vivemos numa sociedade em que cada vez, em que as pessoas... ah... ah... estão cada vez mais formatadas para... ah... não ouvirem verdades, então preferem não ouvir verdades, porque não sabem gerir essas verdades, do que... e preferem viver na ignorância do que... e acontece um pouco isso também com a informação porque pronto... os jornais preferem partilhar uma notícia que não interessa de uma celebridade qualquer que fez não sei o quê, do que manter um editorial muito rigoroso e dizer: *ok, para banalidades vamos fazer uma rubrica num jornal online e só partilhamos essas banalidades, pronto, e o resto partilha-se numa edição um bocado mais premium, mais especial*. E por isso é que alguns jornais, o que estão a fazer, ah... que percebem... não há ninguém ignorante na, na, na comunicação. Aliás, eu acredito que não há ignorantes em lado nenhum. Mas o que está a acontecer é que cada vez mais jornais estão a pedir taxas para as pessoas pagarem por informação. Porquê? Porque existe a informação que eles consideram que é informação que não precisa de ser paga, logo é uma informação banal, e depois dividem a informação em informação paga porque eles sabem que essa informação é apetecível para pessoas que se querem informar bem e, portanto, tem valor. Portanto aceitou-se a prostituição da informação para depois podermos controlá-la.

Carla – Ok. Ah... Por último, tenho aqui mais uma questão um bocadinho mais ligada aos média, ah, que toca um bocadinho na parte de os média poderem produzir efeitos positivos ou negativos nos jovens. Você considera que isso pode acontecer? De que forma? O que recomendaria para uma possível melhoria desta situação?

Henrique – Nos jovens e em qualquer pessoa. Por exemplo, ouve aí uma altura em que... havia incêndios todos os dias e era apanhado um... um incendiário todos os dias e parece que... que não... aquele, para muita gente, às vezes, lá está, promover



constantemente os maus exemplos, faz com que também as pessoas achem que aquele é um bom exemplo para se promoverem numa sociedade cada vez mais, ah... numa sociedade em que toda a gente tem o seu palco e, portanto, só quer a oportunidade certa para ser promovida. Se tivéssemos, por exemplo, vários exemplos de bombeiros que lutaram naquele dia-a-dia e que deixaram as suas famílias em casa para ir correr riscos, as pessoas se calhar também iam começar a pensar: *epá, se calhar não é tão fixe afinal ser incendiário. Não é tão fixe ser mau*. E, portanto, já é, já começavam a... a de alguma forma a... a mudar um bocadinho o seu ponto de vista. Por isso, a imprensa tem um impacto positivo, mas também tem um impacto muito negativo. Eu, eu, eu, eu era fã incondicional de um, de um jornal que era o Boas Notícias que, penso que eu, que deve ter fechado portas á uns anos atrás. Mas eu sempre que me queria sentir bem, eu ia a esse site ler notícias porque eram notícias credíveis. Alguém descobriu não sei o quê, houve um português que fez isto, uma portuguesa que fez aquilo, houve não sei quem que ganhou este prémio... e eu dizia: *epá, se estas pessoas conseguem, eu um dia também vou conseguir*. Porque eu vou aos jornais normais e só vejo maus exemplos, e eu penso: *fogo... será que não há bons exemplos para eu poder seguir? Tenho que procurá-los fora deste espaço de informação?* Eu acho que é um bocado por aí. Eu acho que falta um bocado de coragem para... para seguir a estratégia e segui-la até ao fim.

Carla – E o que recomendaria para que esta situação...

Henrique – O mais... ou melhor... ou seja, se se der dois exemplos maus, tem que se dar dois exemplos bons. A mesma estratégia que se segue para a notícia fácil, também tem que se seguir uma estratégia bem construída a notícia... não digo notícia de investigação, mas para uma notícia que tivesse constantemente a ser atualizada, por exemplo, e criar se calhar no caso online algumas notificações. Por exemplo, eu... eu não aceito as notificações dos jornais porque eles só me enviam as notificações quando querem que eu vá lá clicar na notícia e aumentar-lhes o ranking de cliques. Mas eu não recebo nenhuma notificação a dizer que aquela notícia for atualizada e que existe informação nova sobre aquela notícia que eu até posso ter marcado como interessante. Se houvesse, se existisse, eu era... eu, eu, eu aderiria às notificações, aliás, até está aí uma boa ideia de negócio, mas como não há, eu não adiro às notificações. Eu acho que... depois

há outra questão aqui também importante, que é, ah... as próprias notícias hoje em dia, ah... os próprios, ah... há cada vez mais canais de TV nas redes sociais. ( ) Ah... existem cada vez mais redes, ou seja, as pessoas têm cada vez mais acesso à informação e então toda a gente acha que pode ser jornalista. Toda a gente pode escrever um blogue, toda a gente pode emitir notícias, toda a gente pode criar um canal e chamar-lhe... canal da região TV, canal não sei do quê. Legítimo. Mas eu acho que tem de haver aqui alguma exigência, lá está, o nível tem que ser sempre o mais exigente possível.

Carla – Se formos por aí podemos pegar no... na situação da CM TV, por exemplo.

Henrique – Pois. Por exemplo. A CM TV é um jornal que vive... ah... pelo, porque explora tudo aquilo que eu tenho vindo a falar aqui. Mas é assim, eu também não os condeno porque os ordenados têm que ser pagos ao final do mês, não é? A estrutura tem que ser paga...

Carla – Ou seja, a negatividade vai vender.

Henrique – Vai vender. Exatamente. Eles exploram isso. O dia em que se começar a promover boas notícias e a aumentar a exigência em Portugal, a CM TV fecha.

Carla – Ou seja, a mudança...

Henrique - ...de paradigma faz com que outras... isto é, isto é negócio. Uns ganham porque o público está de alguma forma sedado, com coisas negativas e não sei quê, e outros perdem porque se calhar, por exemplo, o site Boas Notícias se calhar em Portugal... não conseguiu resistir porque, ah... o público não queria saber das boas notícias para nada. Só queria saber das más notícias, das fofuices, das revistas maria e por aí fora. Se fosse se calhar um país sueco, norueguês ou finlandês ou outro qualquer, com uma cultura, uma sociedade... uma sociedade construída com base no positivismo, ah... se calhar teria tido mais resultados. Isso é fácil de ver no dia-a-dia. Há quanto tempo é que não elogia alguém, por exemplo?

Carla – Ok. Verdade.

Henrique – Há quanto tempo é que não elogia alguém? E depois a questão é: quando elogiamos, qual é o feedback da pessoa?

Carla – Ou seja, é necessário voltar a educar o próprio cidadão a pensar positivo.

Henrique – Exatamente! As pessoas hoje em dia, por exemplo, eu, eu, eu... é muito fácil de chegarmos á beira de alguém, hum? E, e é apenas um pensamento básico que nós temos isto no nosso dia-a-dia. É muito fácil nós chegarmos ao nosso trabalho, à nossa faculdade, por aí fora, por aí fora, por aí fora... e vemos alguém e somos capazes de criticar de imediato o casaco que ela tem vestido, o penteado que ela tem vestida, ah, os sapatos que ele trás, o fato que ele trás que não passou a camisa a ferro, de que se calhar se capaz de dizer: *olha, o teu cabelo hoje está bem... estás simpático hoje, nota-se que estás com melhor ar. Força para o teu trabalho.* Ah... nós não promovemos, o nosso comportamento, o comportamento que gerimos, que geramos, digamos assim, ah... e que gerimos também, não é um comportamento positivo, logo, a comunicação social é um reflexo disso. Mas o problema aqui é que a comunicação social também tem uma quota parte de culpa porque a educação, a comunicação social é quase como os professores. Não é? Eles, eles ensinam de alguma forma. Eles, eles, eles, eles ensinam, mostram informação... e por aí fora. Portanto... se nós conseguirmos quebrar ali o circulo, mudar o paradigma, nós vamos começar a ter cidadãos melhores. Ao ter cidadãos melhores vamos ter órgãos melhores, e na na na, isto é um ciclo vicioso que também pode ser positivo, mas eu neste momento considero negativo.

Carla – Então começando uma influência positiva pelos média, isto passará aos cidadãos e automaticamente os cidadãos poderão ter uma participação ativa tanto em política como a nível social... tudo é como você diz: tudo isto é um circulo, começando tudo então principalmente pelos média que em vez de termos só noticias negativas, só notícias que falam numa celebridade, ou só notícias que falam mal de um determinado político, deveremos ter notícias se calhar que passam um bocadinho mais pela parte local a dizer que aquele jovem se saiu muito bem em determinado campeonato, por exemplo.

Henrique – Falta acompanhamento. No fundo falta olhar para as pessoas... parece que os jovens só têm valor quando têm cabelos brancos. Mas eu não quero ter valor quando só tiver cabelos brancos. Eu quando tiver cabelos brancos, eu quero quer outros jovens tenham valor. Porque isto é um ciclo. Porque se você for bem-sucedida com a sua tese, significa que o meu contributo foi importante. E portanto, se você foi bem sucedida

e o meu contributo foi importante, então fixe, estamos a fazer um bom trabalho os dois! Percebe? O que acontece aqui é que nós como não promovemos positivamente as coisas... se damos coisas negativas nós recebemos coisas negativas. Se dermos o nosso melhor em tudo o que fazemos acabamos mais tarde ou mais cedo por atrair coisas positivas. É tão simples quanto isso. Porque as pessoas têm uma certa tendência a... acho que isto é às vezes uma questão de identidade também, porque... se as organizações forem capazes de perceber que a coisa mais importante que têm dentro de portas são as pessoas, e começarem a definir as suas estratégias de acordo com essas pessoas, as próprias pessoas também vão começar a perceber que... existem coisas boas para elas verem. Ah, quer dizer... isto é quase como... é quase como, por exemplo, nós temos o Sol e a Lua todos os Dias. Por termos todos os dias perdemos... desvalorizamos. Mas se o Sol desaparecer... daqui a cinco horas e qualquer coisa deixamos de receber luz. Ou cinco horas ou uma coisa assim qualquer. Deixamos de receber luz e de repente vamos dar valor porque de repente isto vai ficar tudo gelado, não há, não há, não há luz do dia, portanto acabou, as plantas, a maior parte das plantas vão morrer, blá blá blá e por aí fora! São coisas tão simples, mas que fazem a diferença, não é? Como a Lua, com as marés e por aí fora.

Carla – Portanto, passa tudo então pelo positivismo, tanto pelos cidadãos como pelos média...

Henrique – Eu acho que passa pelo comportamento, pelo comportamento. Se for um comportamento positivo, nós vamos ter uma reação positiva. Se for um comportamento negativo, nós vamos ter uma reação negativa. É quase como se eu lhe berrasse, se eu berrasse à Carla agora, você tinha duas hipóteses: berrava comigo e berrávamos os dois e eu berrava mais alto e você berrava mais alto. Ou você podia ser muito mais inteligente que eu e manter a calma e falar-me baixo. Automaticamente eu ia falar baixo também. Experimente fazer isso numa conversa telefónica. Se alguém estiver aos berros consigo, comece quase a sussurrar... você vai ver que a outra pessoa se vai calar porque ela não, não ouviu o que você disse.

Carla – Exatamente. Ou seja, passa tudo então pela educação e pelo comportamento...

Henrique – Claro.

Carla - ...da própria pessoa saber...

Henrique – Porque repare! Se nós, se nós, ah... Se nós... educássemos, ensinássemos, ah, os nossos jovens ou as pessoas a resolver problemas, o quê que elas faziam em primeiro lugar? Alguém que quer resolver um problema antecipa-o. Não o resolve, antecipa o problema. Logo se nós, se nós estivéssemos a fazer uma coisa aqui um bocado mais... uma discussão... mais séria, eu ia por aí fora. Eu ia por aí. Mais séria, isto é, mais incisiva noutras coisas relacionadas com a educação e não com a parte da comunicação social, mas isto está tudo relacionado. Porque se nós fôssemos... ah... se nós fôssemos a discutir isto de uma perspetiva realmente de uma forma da educação, que influencia tudo o resto, como é... onde é que os jovens começam? É na escola. Não é? Se eles fossem ensinados a resolver problemas, eles iam saber que... tudo o que não for... tudo tem uma consequência, portanto acaba sempre por... se eles souberem que vão ter uma consequência negativa, eles vão tentar não ter essa reação, logo iam ter uma reação mais positiva porque querem ter uma consequência positiva. É um bocado por aí.

Carla – Exatamente. Ok, foi uma entrevista muito boa...

Henrique – Ok! Já acabou?

Carla – Ahahaha, já...

Henrique – Ok, ok!

Carla – Ahahaha, mas se quiser podemos continuar!

Henrique – Ahahaha!

Carla – Foi muito bom. Deu-me muita, mas mesmo muita informação... de uma perspectiva que, eu estando mais do lado da comunicação, ah... não tinha essa perspectiva tão assente, pelos menos, ah... tinha umas luzes, mas não tanto, e foi sem dúvida muito esclarecedor.

Henrique – Olhe, fico contente, Carla! Fico muito contente, fico mesmo contente!

Data da entrevista: 02/03/2018

Nome do entrevistador: Carla Costa

Nome do entrevistado: Salomé (nome fictício)

Cargo do entrevistado: Jornalista

Tipo de entrevista: Presencial

Duração: 28 minutos

### Transcrição

Carla – Antes de mais obrigada pela sua disponibilidade e por me estar a ajudar na minha dissertação. Conforme informei antes, posso omitir o seu nome da transcrição final, ah, se não houver problema colocarei o seu nome real. Ah, para começar gostaria que você fizesse uma breve apresentação sua.

Salomé – Ah, sou a Salomé, ah... idade também? Sou a Salomé, sou de Matosinhos, ah, sou da área da comunicação social, tirei o curso há... na Universidade do Minho há... ah... acho que foi em noventa e oito que acabei, portanto já foi há vinte anos... ah, um curso profissional. Neste momento sou... ah... colaboradora do Público desde... há um ano e tal. Antes disso, ah... portanto sou colaboradora do Público há um ano e tal, de várias áreas, ah, faço ( ) mais a área de *life and style*, cultura e ciência... também faço sociedade. Ah... dou aulas. O jornalismo hoje em dia não dá tudo, não é?

Carla – Não chega só.

Salomé – Não chega. Dou aulas de informações também a crianças, adultos, tenho de facto workshops para crianças de escrita criativa, de ilustração, tenho um projeto meu, ah, tenho um livro infantil, ah... trabalhei doze anos como também como colaboradora no Diário de Notícias, ah... já fui diretora de uma revista de arquitetura, design e decoração, ah... também tinha uma rubrica dessa área, portanto arquitetura, design e decoração na Notícias Magazine durante dois anos. Pronto, é isso.

Carla – E é isso... Ah, como sabe, o tema da tese que estou a realizar baseia-se na possível influência dos média na participação política dos jovens. Nesse sentido, e após dados previamente recolhidos, dados esses que estávamos a falar, ah, compreende-se que os jovens têm vindo a ser representados maioritariamente de forma negativa na comunicação social. Na sua opinião, existem motivos para que esta situação aconteça?

Salomé – Eles serem, ah... as notícias darem uma, uma... um aspeto negativo dos jovens?

Carla – Sim...

Salomé – É assim, como estava à um bocado a dizer, no meu jornal, no Público, isso não acontece, não é? Eu não vejo muito. Até, ah... Por exemplo, o Público tem o P3, não é? Que é muito de jovens para jovens e aborda muito a... temas para jovens. Não sei se era isto que queria? Se calhar não era.

Carla – Ah, é assim, após os dados recolhidos, ah, compreendi que realmente os jovens são apresentados de uma forma negativa. No Público nem tanto...

Salomé – Eu não concordo. Eu não vejo isso de forma negativa nos jornais.

Carla – Então não considera que eles representam de forma negativa, é isso?

Salomé – Não. Não.

Carla – Ok. Ok. Ah... de acordo com a investigação, foi possível verificar que os temas políticos não são abordados em relação aos jovens. Ah, apesar de, nos últimos anos, grandes manifestações têm sido lideradas pela geração mais jovem. Ah, tendo em conta a sua experiência na imprensa, poderá explicar o porquê de isto acontecer?

Salomé – De mais jovens não terem expressão na política?

Carla – Ah... é também no sentido de temas políticos não serem abordados para com a geração jovem... nos média.

Salomé – Ah... Essa não entendi direita...

Carla – Ou seja, é no sentido de, normalmente, quando as notícias, ah, relacionadas com política, ah, são apresentadas na comunicação social, normalmente nunca

apresentam a geração jovem dentro dessas notícias. É mais nesse sentido. Ou seja, a política não está diretamente interligada a esta geração mais jovem, apesar de grande parte das manifestações serem lideradas por, por jovens.

Salomé – Não há muitas manifestações cá, não é?

Carla – Ah... cá e fora também.

Salomé – Quê? Refere-se fora?

Carla – Em contexto europeu também.

Salomé – Espere aí. Que... posso ver a sua pergunta?

Carla – Claro que sim. Está aqui.

Salomé – Mas quando fala que os temas políticos não são abordados em relação aos jovens, refere-se concretamente a quê? Porque aqui não...

Carla – Precisamente aos temas políticos. A qualquer coisa que englobe política. Desde... uma assembleia, por exemplo. Desde uma manifestação... qualquer coisa que esteja...

Salomé – Ou seja, políticas dedicadas a jovens? Não haver políticas?

Carla – Não. Política no geral, ou seja, os temas políticos não estão interligados com a geração jovem.

Salomé – Sim... ahaha, na minha experiência... Eu não estou a entender muito bem a sua questão. Na minha experiência, e pelo que eu vejo, não é? Os jovens estão um bocadinho, embora fale em manifestações, os jovens estão um bocadinho desligados da política. Pronto. Não é? Aliás, os jovens e a comunidade em geral, porque estão um bocado descontentes com as políticas que vão sendo... porque há cada vez menos gente a votar, não é? Não sei se é também por aí. E os jovens estão aí incluídos: muitos não vão votar porque ouvem dizer que por muito que se vote as coisas ficam sempre na mesma, não é? Pronto. Mas eu não... eu não sei onde é que quer chegar aqui. Se é o...

Carla – É mais... apesar...

Salomé – Acho que devia de ter a questão mais clara. Ahaha.



Carla – É mais no sentido de: os jovens apesar de terem ações feitas dentro da política, estas não são apresentadas. É mais nesse sentido.

Salomé – Dentro que cada partido existe... por exemplo, há os Jotas, não é? Há o... há o... o PS tem uma camada mais jovem. Cada partido tem... mas eles não têm muita... expressão. É isso que quer dizer?

Carla – É nesse sentido, sim.

Salomé – Pronto! Não têm muita expressão porque normalmente são os mais velhos que fazem tudo, não é? Não sei se a estou a ajudar, porque também não entendi muito bem o quê que...

Carla – Ok. Ah... esta questão seguinte se calhar já vai ser um bocadinho mais... mais simples, que tem a ver com o facto de nós, portugueses, termos vindo a ser representados cada vez mais de forma positiva... e quais as razões que levam a comunicação social a ter uma visão mais negativa?

Salomé – Da geração jovem?

Carla – Exatamente.

Salomé – Eu não acho que a comunicação social... eu pela minha experiência no meu jornal nós não temos, não apresentamos ( ) nas notícias nada de negativo. Onde é que foi buscar isto? Ahaha.

Carla – A todos os dados.

Salomé – É?

Carla – O Público incluído.

Salomé – A sério? Ahm... Pronto. Pode ter a ver com os jovens estarem desligados da política e do que se passa, porque não se identificam os políticos atuais, não é? Que são um bocadinho... eu vou utilizar a palavra... ah... portanto os jovens têm uma visão mais á frente. Não é? E os políticos se calhar são um bocado mais antiquados em determinadas políticas que... que apresentam na Assembleia da República e que não vão ao encontro do que os jovens esperam nesta evolução, na evolução dos dias de hoje.

Pronto, e têm se calhar alguma dificuldade em acompanhar. Mas... sim.

Carla – Ou seja, então essa... apesar dessa apresentação positiva, se calhar esta geração está a ser apresentada de forma negativa, talvez por esta...

Salomé – Ó espere! Existiu aquele problema que... acho que até foi o Passos Coelho que na altura que disse para os jovens emigrarem. Não é? Havia o problema de Portugal não... portanto, não haver emprego. Esta geração... portanto, há um problema, um grande problema que não afeta só a geração jovem mas afeta também a minha e outros mais velhos, que é o problema do desemprego. Embora digam que... que... que está a melhorar, não é? Nota-se na mesma que há muita dificuldade... e houve uma altura em que... foi no governo do Passos Coelho, eu lembro-me perfeitamente dele dizer, isso foi muito ( ), de as pessoas, dos jovens irem lá pra fora. E criticou-se muito porque há muitos jovens cientistas, portanto, a camada intelectual, fugiu. E para eles voltarem... muitos querem voltar, mas para voltarem é complicado... o país muitas vezes não está adaptado e não corresponde às expectativas e as pessoas emigram. Ah... Há muitos enfermeiros que vão para Inglaterra porque têm melhores condições, agora com o brexit se calhar vai ser pior, ah, em termos políticos, não é? Porque... as pessoas têm que voltar, mas... ah... acho que... os políticos muitas vezes não estão preocupados em corresponder e manter a camada jovem no país, e é isso que se calhar lança algum descontentamento. Não sei se era isso que queria. Embora Portugal até tenha uma imagem positiva lá fora, porque temos o Durão Barroso, não é?

Carla – Exatamente.

Salomé – Na comunidade europeia, temos o António Guterres nas Nações Unidas, não é? Ah... na ONU. Na ONU. Portugal tem uma certa visibilidade lá fora até... até boa, não é? Ah...

Carla – Exatamente. Ou seja, tendo em conta essa visibilidade, qual é o motivo que se calhar pode levar a comunicação social passar isso, ah... de uma maneira um bocadinho mais negativa, aqui em Portugal, pelo menos?

Salomé – Não. Passa positivo pelo aspeto de nós termos uma expressão, temos portugueses lá fora que estão a marcar, estão a dar cartas no terreno, não é? Como o Durão

Barroso e, por exemplo, temos agora o ministro da economia que agora tem um cargo importante, não é? Também foi nomeado, portanto, nós... ah... visualmente, assim de aparência, nós estamos... acho que estamos numa boa imagem. Não é? Porque temos pessoas lá fora, mesmo os trabalhadores portugueses, os emigrantes, era aquela coisa dos emigrantes que fugiam para trabalhar nas obras e nas limpezas... os emigrantes hoje em dia e os filhos dos emigrantes que se mantêm em Paris e por aí fora, ah, são pessoas licenciadas, já não trabalham nas limpezas... não é minimizando as pessoas! Não foi isso que eu disse... mas houve uma evolução. E eu lembro-me de falar, por exemplo, tive há pouco tempo em Paris num trabalho, de falar com luso descendentes que referiam isso mesmo: que... e os jovens... elas criaram uma associação em Paris, há uns anos, há muitos anos atrás, precisamente porque sentiam a necessidade de conhecer a cultura portuguesa porque não chegava lá.

Carla – Ok.

Salomé – O que eles conheciam era a parte pimba e por aí fora, não sei se interessa, e criaram a associação e levam portugueses lá para falarem de Portugal, tentam arranjar intercâmbios, ah... portanto estão preocupados em manter contacto e mostrar que os licenciados de hoje em dia, os filhos dos emigrantes que outrora iam trabalhar na construção civil, agora mantêm uma posição e Portugal está bem visto também. Não sei se era isso que queria.

Carla – Ok. Então... acha que a comunicação social esta a fazer um bom papel no sentido de passar toda essa informação positiva para o público, é isso?

Salomé – Sim! E há acho há muitos trabalhos a nível de reportagens dos... dos... também às vezes, se virmos pelo lado negativo em que os cérebros, entre aspas, fugiram de Portugal para encontrar... e, e as camadas jovens com mais qualificações para conseguirem ter melhor emprego e conseguirem ter melhor qualidade de vida que em Portugal não conseguiam... Pronto, isso dá um aspeto negativo de Portugal. Não é? Porque vão procurar uma melhor vida. Mas quando... se fala que lá fora que estão a trabalhar, que estão a dar cartas, que há este ou aquele cientista que está envolvido numa... há muitos portugueses que estão envolvidos em investigações de

desenvolvimento, por exemplo, a nível do cancro, e assim, não é, e outros temas... que... que são falados lá fora, não é? Ah, isso também é bom para Portugal. Portanto, tem o aspeto negativo e tem o aspeto positivo. Mas o aspeto negativo tem muito a ver com as políticas que são implementadas em Portugal que afugentam essas pessoas.

Carla – Ok. Então o aspeto negativo que a comunicação social pode passar tem a ver com os políticos em si e...

Salomé – Não os políticos. Com as políticas que são implementadas em Portugal.

Carla – Ou seja, políticas dentro das próprias direções, por exemplo?

Salomé – As políticas a nível dos governos.

Carla – Ok, diretamente ligado à política e não a, por exemplo, regras implementadas dentro das direções?

Salomé – Quando está a falar das direções está a falar de quê? Das empresas?

Carla – Nas empresas... neste caso da comunicação social.

Salomé – Não. A comunicação social tem... toda a comunicação social tem um estatuto, e nós temos normas. Existe um ( ) metodológico. Nós não podemos dizer aquilo que não é. Pronto. Só podemos, ah... falar de factos reais, ah, com fontes, ah... não podemos fugir àquilo que não é, não é? Portanto não tem nada a ver com...

Carla – Ok. Ah... tratando agora de temas políticos, estes normalmente são abordados de forma negativa, tanto pelos cidadãos como pelos média. Quais são... na sua opinião, quais são os motivos que levam a este tipo de abordagem negativa, tanto pela comunidade como pela comunicação social?

Salomé – Ah, quando fala a comunidade, porque se ressentem das políticas que o governo implementa... e está descontente. Não é? Por exemplo, sei lá... quando cortam nas reformas os reformados, tipo agora, os reformados receberam cartas em casa porque... por causa dos duodécimos, não é? E não estavam, e mesmo recebendo as cartas, ficaram chocados porque a comunicação social deu logo a notícia, deu nas notícias e tudo, porque os reformados estavam a... ah... indignados porque estavam a receber menos. Na prática eles não estavam a receber menos, simplesmente os duodécimos, portanto a nível

de subsídio de natal e de férias iam voltar a ser como era antes... as pessoas é que estavam habituadas a receber os duodécimos e recebiam mais ao final do mês. Agora notaram uma diferença e não estavam a perceber porquê. Portanto, a comunidade estava descontente, a comunicação social deu a notícia. A comunicação social não dá negativamente. A comunicação social vai e mostra o descontentamento da população. Ao ler-se pode-se pensar que é o lado negativo, mas é... é noticiar. Estava-lhe a dar um exemplo, não sei se...

Carla – Sim. Já ajudou... Já ajudou a compreender esta, esta parte. Ah, depois relativamente à questão anterior, este tipo de abordagem, de descontentamento neste caso, levar ao afastamento dos jovens na participação política e a abdicar de parte do seu dever como cidadão?

Salomé – Sim. Era o que eu estava a dizer... cada vez os jovens, agora as coisas podem estar a melhorar, mas naquela altura em que falei que os cérebros fugiram, entre aspas...

Carla – Exatamente.

Salomé – ...e o próprio governo incentivou à saída do país, para depois mais tarde dizer que não, ah... isso faz com que os jovens se sintam desligados porque as pessoas se sentem desmotivadas, não se identificam com os políticos, veem que as políticas que são implementadas e que as defendem... muitas são antiquadas, muitas não se adaptam, embora as coisas estejam a mudar, eu acredito.

Carla – E você considera que está a mudar como?

Salomé – Mas quando fala é... eu como jornalista? A minha visão?

Carla – Você como jornalista, de acordo com a sua experiência.

Salomé – Que está a mudar como...?

Carla – Sim. Você falou de que você acha que as coisas já estão a mudar neste aspeto. Ou seja, em que sentido?

Salomé – No sentido em que, por exemplo, vamos falar dos... dos transsexuais, pronto. Afeta muito mais a camada jovem, não é? Por exemplo, o governo está

preocupado com isso. Ah, há uns anos atrás onde é que se ouvia falar dos transsexuais e dos problemas? Por exemplo, é considerado agora, a UNESCO considerou que a... ah... portanto, é disfunção de gênero, não é? Eles consideram uma doença. As pessoas eram vistas como... não é? As pessoas olhavam de lado para elas. Agora o governo está a preparar uma legislação preocupado com a transsexualidade para que tenham mais apoio a nível do... de... dos centros de saúde, para que haja mais apoio a nível de psicólogos, não é? E isso afeta muito os jovens. Pronto, isso é uma questão, por exemplo. Ah... Sei lá, outras questões... por exemplo, as políticas também mudaram muito, por exemplo, na violência doméstica, não é? Não afeta só a camada jovem, mas hoje em dia ouve-se falar muito e a comunicação social também contribui muito para isso, não é? E a nível da transsexualidade também contribui. Também faz, eu há pouco tempo fiz... ah... para aí há dois meses, entrevistei um psicólogo, um psicólogo que é sexólogo da Universidade de Psicologia, em que abordamos essa área da transsexualidade, de... da importância das políticas do governo, pronto... estou mais dentro disso.

Carla – Sim, ah, e precisamente essa mudança e esse interesse é o que leva à próxima questão que tem a ver com o que poderá levar esta geração mais jovem a uma aproximação política, ah... á procura pela participação de novo, e se considera que esta participação é um fator importante para o desenvolvimento do nosso país?

Salomé – É. É porque os jovens têm novas ideias, não é? Não... não é discriminar ninguém, mas... as coisas vão evoluindo, não é? Ah... a geração, esta geração, por exemplo, os miúdos que nascem agora, dá-se-lhes um telemóvel e eles quase que parecem que nascem ensinados porque já vão com os dedos, não é?

Carla – Exatamente.

Salomé – E... pronto, uma pessoa mais velha tem mais dificuldade em se adaptar às novas tecnologias. Tem, mas também se adapta. Há gente que utiliza os telemóveis e os *tablets* e vai à internet e tem... ah... pronto, esta é a geração dos, não é, dos telemóveis e assim. E, ah... e por exemplo, agora estava-me a perder...

Carla – E o que poderá levar a uma aproximação por parte da geração jovem à política?

Salomé – O querer fazer algo de novo. O querer mudar as coisas que acham que não estão bem. Ah... Um bocado, abandonar um bocado a sociedade. Por exemplo, ah, já... há uma jovem que é presidente de uma junta. O pai não se podia candidatar mais, não sei se é na zona de Paredes ou Penafiel, e ela é a mais jovem presidente. Numa junta de freguesia. Isso demonstra, e ela estuda, mas demonstra que, não estou a ver quem é, isso demonstra que os jovens estão interessados pela política.

Carla – Ou seja, então esta mudança, esta... aplicação de uma nova visão à geração jovem é o que poderá levar então a uma aproximação política de novo por parte desta geração mais jovem... é isso?

Salomé – Sim. Na minha opinião, na opinião pessoal e também da minha experiência, eu acho que os jovens têm muito a dar e se se afastarem da política... hum... é um erro, não é? E... ah... porque... todos nós temos sempre novas ideias, independentemente da idade que temos, só que, por exemplo, os jovens agora estão a estudar, estão a ver novas realidades, e esta... esta geração vai muito em Erasmus, para fora, ah... antigamente não se ouvia falar tanto, não é? Ou melhor, no meu tempo já íamos, mas agora vão mais. E de facto viajam muito, ah, é mais fácil viajar com as *low cost* e assim, e, ah, e é uma nova visão, não é? Consegue-se comunicar com outras culturas e traz-se novas coisas para Portugal. Eu acho que esta, que a política pode beneficiar muito.

Carla – Ok. Ah, esta próxima questão tem mais a ver com o facto de os meios de comunicação social serem colocados fora no que toca à obtenção de informação por parte...

Salomé – Ah?

Carla – Esta próxima questão tem a ver com o facto de os meios de comunicação social estarem a ser colocados de fora no que toca à obtenção de informação por parte dos jovens. Ah, ou seja...

Salomé – Não percebi a palavra. Não sei quê dos jovens...?

Carla – A obtenção de informação por parte dos jovens. Ah, ou seja, os jovens não tendem a procurar tanta informação através dos média. Na sua opinião, quais são os

fatores importantes a aplicar, ou a mudar, para que esta geração opte de novo pela procura de informação através dos média?

Salomé – Pois, esse é o problema. Porque houve uma grande... eu por acaso fiz um, um trabalho sobre isso e dei... redação *web* e falamos sobre isso no politécnico e assim, onde dei aulas. Ah... com o surgimento da internet, não sei se é isso que quer, com o surgimento da internet, houve uma grande evolução... e, ah... e nós fomos bombardeados com tecnologias, com a... com muita coisa na internet... e, e acontece que, ah... começou a haver, ah, os jornais tradicionais e os jornais online. E os jornais online começaram a ganhar cada vez mais terreno aos jornais tradicionais, ao papel. Pronto. As pessoas mais velhas... eu ainda gosto muito de pegar, ah, no jornal, folhear e sentir o cheiro do jornal de manhã quando estou a tomar café, e sei que há muita gente que gosta e os jovens também gostam disso, mas o online, a massificação, a internet, trouxe-nos ( ) a rapidez de tudo.

Carla – O acesso?

Salomé – O acesso rápido, o agora. O que não quer dizer que também tem desvantagens, o que não quer dizer que seja uma coisa boa, porque muitas vezes quando... sempre se ouviu dizer que *depressa e bem não há quem*, assim uma coisa. Pronto. Acontece que... muitas vezes se dá muito rápido as notícias e põe-se logo no online e nem sempre elas estão corretas. Não é? E depois vai-se a verificar e confirmar com as fontes e às vezes pode estar mal. Pronto.

Carla – Ou seja, as notícias...

Salomé – O online corre o risco! Sempre correu o risco de às vezes não transmitir as coisas tal e qual como elas são.

Carla – Ou seja, um jornal...

Salomé – O papel é mais seguro! Mas o, mas é assim... o online tem uma vantagem, que é: está sempre a ser atualizado. Por exemplo... eu vou-lhe dar um exemplo: imaginemos que agora entra alguém aqui no shopping, não é, e resolve começar aos tiros... ah, podia pôr agora no online logo uma notícia.



Carla – Isso... é colocar, por exemplo, numa rede social ou diretamente na plataforma do jornal?

Salomé – Tanto faz. Colocar diretamente na plataforma do jornal. Pronto.

Carla – Ok.

Salomé – Dizer... mas não está a dar os dados todos. Entrou alguém... e passada meia hora pode atualizar a mesma notícia. Afinal foi na na na! E vai atualizando. Pronto. Também é bom isso, mas... também se pode saber pelo *twitter*. Não é? Por exemplo, quando foi, ah.... Estou-me a tentar lembrar... quando foi na... a... não me estou a lembrar do nome... ah! O tsunami! Quando foi o tsunami há muitos anos atrás, muitas pessoas mandavam, no *twitter* mandavam... como é que se diz? Ahahah.

Carla – Mandavam os *tweets*?

Salomé – Sim! Mandavam *tweets* e a... a informar. E, por exemplo, quando houve os ataques em Paris... às vezes sabe-se primeiro pela internet, pelo *twitter*, pelo *facebook*, que está a acontecer isso e até sabem direto, porque as pessoas... há os vídeos amadores, não é? Isso também tem essa vantagem.

Carla – Claro.

Salomé – Porque vai-se sabendo, não é? Ah... agora perdi-me um bocado. Pronto, mas é a diferença entre o online e o tradicional. E os jovens estão mais ligados ao online, é a geração do online, tanto que... há os *podcasts*, não é? Os jornais estão a optar por isso. Cada vez mais os jornais estão a apostar no online. Têm os *podcasts*, têm, ah... têm, por exemplo, notícias, agora faz-se muito notícias em que, mesmo no jornal, ah, filma-se a pessoa, faz-se vídeos, e tem a parte escrita. E depois o online também permite fazer uma coisa que é: lê-se um bocado da notícia, e depois tem “ler mais” ... se não se quiser ler mais não se lê, ou então pode-se continuar a ler e permite continuar as reportagens mais dias e ir encaixando ali. E os jovens identificam-se mais com isso, com o online.

Carla – Ou seja, então acha que os jornais já estão a aproveitar o máximo que a internet tem ou acha que ainda podem ir mais além?

Salomé – Eles sempre, eles começaram logo a aproveitar porque se não ficavam

para trás.

Carla – Claro.

Salomé – E as vendas caíram, no papel, e... ah, caiem cada vez mais. Portanto, ah... o digital sempre foi o futuro, não é? E é um grande problema porque isso afeta também o trabalho dos jornalistas, não é?

Carla – Claro...

Salomé – Acaba por haver uma redução e daí a precaridade também. Pronto.

Carla – Ah... esta, esta questão seguinte mantém-se na mesma nos média, ah, mas por último, é a última questão... considera que os média poderão produzir efeitos positivos ou negativos perante os jovens? De que forma? E o que recomendaria para uma possível melhoria da situação?

Salomé – É assim, os média foram-se adaptando às novas realidades. Se os jovens apostam mais no online e eu acho que os média também estão a apostar. Pronto. Ah... Agora, estão a ir ao encontro e procuram assuntos que atraiam os jovens a ler os jornais e a serem informados. Porque a comunicação social tem o papel de informar e formar também.

Carla – Hum, hum, principalmente.

Salomé – Sim. Ah, portanto, ah... não é só, portanto, noticiar, não é? Agora, eu acho que... não acho que tenham um papel negativo. Eu acho que tem um papel positivo porque ajuda os jovens a saber o quê que se passa à volta, não é? E vai ao encontro também das necessidades.

Carla – E para além deste já encontro, desta maré que os média já estão a seguir do aproveitamento da internet, por exemplo, o quê que você recomendaria para melhorar ainda mais? Isto é perante a geração jovem tendo em conta que, de acordo com aquilo que você diz, a geração jovem é o que poderá dar um impulso a tudo o que estamos a viver...

Salomé – Não quer dizer que possa ser a geração jovem a dar um impulso, acho que todos podemos... pode ajudar! Acho que, por exemplo, o curso de comunicação social é

muito diferente hoje em dia do tempo em que eu tirei há vinte anos atrás. Não tem nada a ver, não é? No nosso tempo não se, não fazíamos vídeos assim, não é? Não se falava em *podcast*, não se falava em... ah... nesta pressão do digital, não é? Ah... e quem tirou o curso há tantos anos como eu teve que se adaptar às novas realidades se quer continuar no mercado, não é? Pronto. Ah...

Carla – Ou seja, para melhorar o quê que você acharia ser necessário?

Salomé – Eu acho que não vejo nada, é adaptarmo-nos às novas realidades e estarmos sempre a aprender, sempre em informação... nós precisamos de ser formados, os próprios jornalistas, os próprios média precisam de formação. Acho que às vezes nós podíamos ter mais formações. Os próprios jornalistas terem mais formações na área digital, numa área que está em constante crescimento.

Carla – Estarem atualizados...

Salomé – Sim.

Carla – Que é para poderem também trabalhar mais nesse sentido?

Salomé – Sim...

Carla – Ok. Ok. Era precisamente, era precisamente isto que eu também estava à procura, ah, era a última questão, não sei se a menina Salomé gostaria de, de informar de algo mais...

Salomé – Não sei se ajudei em alguma coisa...

Carla – Ajudou, com certeza. Ah, obrigada por ter disponibilizado o seu tempo para me ajudar aqui... e sem dúvida que foi produtivo.

Data da entrevista: 17/03/2018

Nome do entrevistador: Carla Costa

Nome do entrevistado: Gabriela (nome fictício)

Cargo do entrevistado: Política

Tipo de entrevista: Presencial

Duração: 36 minutos e 26 segundos

### Transcrição

Carla – Ora, antes de mais, obrigada pela sua disponibilidade e por me estar a ajudar aqui na minha dissertação, ah, conforme referi, ah, os seus dados, o seu nome, pode ser omitido se assim o pretender. Poderá informar-me disso agora ou depois da entrevista. Ah... conforme teve a possibilidade de ver na minha síntese, a minha tese passa pela possível influência dos média na participação política dos jovens. Ah... neste caso então gostaria, se for possível, que a Dr.<sup>a</sup> começasse por uma breve apresentação sua.

Gabriela – Muito bem! Antes de mais, parabéns porque é muito importante que uma jovem se preocupe com estas temáticas e que sejam feitas investigações neste... neste sentido e investigações de natureza científica que nos permitem também a nós refletir um pouco mais sobre os jovens e sobre a sua ligação á política e á participação e aos meios de comunicação. Eu chamo-me Gabriela, tenho quarenta e seis anos, ah, já exerci diferentes cargos públicos, ligados quer, ah, cargos de nomeação política e cargos ligados também ao partido em que lito. Eu sou militante do partido socialista, ah, tenho feito parte e vou ficar, inicialmente, vou fazer uma apresentação no fundo relacionada com a atividade política... tenho feito parte de diferentes estruturas do partido socialista, desde a assembleia municipal à assembleia de freguesia, de órgão internos do partido, dos secretariados federativos, dos secretariados dos concelhos, pertenci ao secretariado nacional das mulheres socialistas quando a ex-secretária de estado, a Catarina Marcelino, foi a presidente do departamento nacional das mulheres socialistas, ah, entretanto exerci

num mandato... exerci mandato de presidente do partido federativo das mulheres socialistas e agora fui novamente reeleita para a mesma função. E, portanto, estas questões da política e da afirmação, sobretudo dos valores da igualdade e dos valores do socialismo democrático, são para mim importantes, porque isto prende-se um pouco, e se calhar já vou responder aqui a algumas perguntas que você me vai fazer a seguir, isto prende-se um pouco também com questões de... questões de natureza educacional, julgo eu, com questões de natureza educacional e no fundo dos valores em que acredito. Ah, em termos profissionais, já exerci várias funções. Eu sou licenciada em psicologia, sou mestre em psicologia, ah, na área do desenvolvimento de carreira. Fiz o meu curso em Coimbra, na Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação em Coimbra, quer a licenciatura, quer o mestrado. Entretanto ingressei no mestrado em gestão pública da UTAD, na Universidade de Trás-os-Montes, não acabei a dissertação, tenho de começar aqui outra vez a pensar nessa vertente. Ah... entretanto, dei aulas no ensino superior, dei aulas em Trás-os-Montes, ah, colaborei também na Escola Superior de Enfermagem e dei, ah, algumas disciplinas ligadas com o desenvolvimento curricular, ligadas à sociologia da família, dei aulas a enfermeiros... também dei, também fiz formação a âmbito de enfermeiros em exercício, no âmbito da formação de formadores. Fui professora no ensino secundário, dei aulas de psicologia aos alunos do ensino secundário, também fui professora do ensino profissional. Entretanto ingressei no instituto de emprego e formação profissional, fui diretora do centro de emprego de Chaves entre dois mil e cinco e dois mil e dez, em dois mil e dez tive um convite para ser a diretora adjunta do centro distrital da segurança social de Vila Real e assumi essa função até à mudança de governo, portanto até à vitória do PSD e de Passos Coelho, nas eleições legislativas em Junho de dois mil e onze. Portanto fiquei, exerci funções até ao final do ano, entretanto voltei a Chaves ao exercício das minhas funções técnicas, eu sou conselheira de orientação profissional do instituto de emprego. Ah, assumi depois, ganhei por procedimento concursal o lugar de diretora adjunta do centro de emprego e formação profissional do Alto Tâmega em dois mil e quinze e agora fui nomeada recentemente como diretora deste serviço, deste centro de emprego e formação profissional do Alto Tâmega. Em traços gerais, é esta a minha atividade, foi esta a minha atividade profissional e académica. Fui fazendo muita formação complementar, ah, na área da gestão, na área

da psicologia, ah... valorizei sempre a aprendizagem ao longo da vida e, portanto, tenho feito bastante investimento na minha qualificação, ah, e julgo que será isto, em termos assim muito sintéticos.

Carla – Uma... uma vasta experiência e eu gostava de conseguir chegar á sua idade e conseguir ter esse conhecimento todo também!

Gabriela – Ahaha! Certamente terá muito mais! Depende sempre de nós e da nossa motivação e do nosso envolvimento.

Carla – Claro que sim! Ora, ah... agora relativamente aqui à minha dissertação...

Gabriela – Sim!

Carla – Após os dados previamente recolhidos, que foram apresentados na síntese, compreende-se que os jovens têm vindo a ser representados maioritariamente de forma negativa na comunicação social. Na sua opinião, existem motivos para que esta situação aconteça?

Gabriela – Na minha opinião não, mas a verdade é essa, a verdade é que ao longo do tempo, e eu nunca, como disse anteriormente, eu acho que nunca refleti, e é importante esta entrevista até para eu começar a refletir sobre esta questão, porque às vezes o quotidiano faz com que nós não paremos muito para pensar e para refletir em alguns aspetos que são fundamentais mesmo no ponto de vista social e no desenvolvimento, ah, das próprias massas e das próprias gerações. Eu julgo que não haverá esta... eu julgo que não haverá motivos para que os jovens sejam percebidos de forma negativa pelos *mass média*. Ah... mas presumo que muitas vezes são exacerbados e geralmente a própria comunicação social acaba por reforçar mais comportamentos negativos do que os comportamentos... que os comportamentos positivos e o envolvimento positivo. Sendo certo que eu entendo, aparentemente, que há menos participação dos jovens. Aparentemente, ou pelos menos uma participação que seja visível, ah, porque eu julgo que esta questão também do acesso á informação através de, através das redes sociais, através da internet, ah, também se calhar os afasta um pouco do processo de socialização em grupo. Dá-me ideia de que os jovens vivem de forma mais isolada do que viviam no meu tempo. Eu acho que nós... tínhamos talvez uma maior conformidade grupal, é uma

percepção que eu tenho, tínhamos uma maior... uma maior, ah... hum... cooperação grupal. Eu acho que agora, aparentemente, são mais individualistas. Eu não sei se tenho esta... eu não sei se tenho... eu estou a dizer isto de forma intuitiva, eu não estou a dizer isto de forma muito consciencializada.

Carla – Apesar de termos um mundo tão vasto com toda esta informação...

Gabriela – Eu acho que todos nós estamos cada vez mais fechados sobre nós próprios e acho... acho que somos cada vez menos solidários uns com os outros e talvez isso minimize, no fundo, a atuação e a participação e a solidariedade grupal para lutar por causas. Ah... e... e dá-me ideia que o foco da comunicação social também acaba por ser muitas vezes aquilo que é o negativo em vez de valorizar muitas vezes a intervenção que é positiva e um trabalho positivo que muitos jovens farão.

Carla – E agora relativamente aos temas políticos, estes não são abordados, ou não tão abordados, ah, em relação com os jovens, apesar de, nos últimos anos, grandes manifestações terem sido lideradas por grupos mais jovens. Tendo em conta a sua experiência na política, poderá explicar o porquê de isto acontecer?

Gabriela – Eu julgo que isto tem sempre que ver com questões de natureza educacional, ah... julgo que isto tem sempre que ver com questões de natureza educacional porque eu acho que mesmo, a ideia que eu tenho, é que mesmo as famílias e as diferentes formas de família que hoje caracterizam no fundo a nossa sociedade, as famílias estão muito imbuídas também de algum individualismo. As pessoas têm que trabalhar, têm que trabalhar as mães e têm que trabalhar os pais, isto é, umas pessoas muito centradas nas suas carreiras, isso muitas vezes inibe e são pouco sensíveis muitas vezes às questões de natureza política, isso também inibe um pouco o envolvimento dos jovens e da própria escola na formação cívica e na formação política. Ah... e dá-me ideia que todas estas questões acabam por afastar, ah, acabam por afastar os jovens da intervenção, da valorização e da intervenção política porque também aquilo que é passado pelos média é aquilo que é negativo. Só é corrupção na política, é é... é o mau, o mau... o mau exercício da atividade política, é a desvalorização da política e de quem está envolvido na política... eu acho que isto também não é positivo. Curiosamente,

eu tenho a mesma convicção de que o contexto familiar e escolar é fundamental da formação política dos jovens. Eu tenho uma filha adolescente, que tem catorze anos, e há pouco tempo disse-me uma das coisas mais interessantes que eu, ah... não esperava ter ouvido disso. Para ela, o vinte e cinco de Abril começa a assumir uma importância maior que o próprio Natal, que atribui mais significado ao vinte e cinco de Abril, e eu entendo o que ela diz se pensar um pouco naquilo que é a minha experiência de vida e os valores e os princípios que lhe tenho passado ao longo do desenvolvimento. Peso, embora, a valorização do Natal, em função da valorização que também faço da família e com o contexto familiar, mas eu julgo que esta, que as questões de natureza familiar acabam um pouco, ou a falta de envolvimento da família e da escola, acaba por inibir a participação.

Carla – Ou seja, está tudo ligado automaticamente a esta questão da educação.

Gabriela – Para mim está tudo ligado a questões de natureza educacional, de valores e da escola também. Porque a escola resume-se no fundo, e na maior parte das vezes na transmissão de conhecimentos, de conhecimentos estanques, de conhecimentos académicos, poucas vezes pouco transversais, poucas vezes agarrados aos valores e princípios da participação e da, e da cidadania, a escola vai circunscrevendo àquilo que é a avaliação... os professores ensinam para a avaliar e os alunos aprendem para serem avaliados. Eu acho que esta situação, o pouco... o pouco... a pouca disponibilidade e a pouca autonomia se calhar que a escola também tem neste contexto e a pouca, até formação e disponibilidade que as famílias têm também nesta, nesta matéria, acaba por inibir a participação.

Carla – E... e esta questão da... de estarmos formatados leva precisamente à próxima, à próxima pergunta que tem a ver com o facto de nós, cidadãos portugueses, estarmos a ser cada vez mais representados de forma positiva, ah, tanto em contexto nacional como internacional, e tendo em conta este positivismo, ah, quais as razões que podem levar a comunicação social a ter então esta visão mais negativa, que você abordou, desta geração?

Gabriela – Não sei se eles têm muito esta visão negativa. Eu fico sempre com a ideia... eu, eu quando abro o... o telejornal, quando abro as notícias, ah, na maior parte



das vezes começo a ficar cansada precisamente pelo facto, ah, pela centração, no fundo, nos aspetos negativos relacionados com a intervenção de diferentes... dos jovens, ou do crime, começo a ter essa, essa, ah, essa visão. Ah... não sei se isto tem que ver com o chamar também das massas, da atenção das massas, ah, não sei se os próprios cidadãos e se nós por cultura se aderimos com mais facilidade àquilo que é negativo, mas efetivamente temos o António Guterres numa posição fantástica, ah, o nosso secretário geral da ONU que tem feito também um papel brilhante e que poderia ser uma referência para muitos jovens, ah, temos muitos representantes... temos agora o Mário Centeno também, no fundo com um papel fundamental no âmbito das finanças em termos europeus... e temos uma série de gente com grande carisma, ah, tivemos o Durão Barroso também no passado, e temos gente com carisma que efetivamente acaba depois por não constituir referência e por não condicionar muitas vezes as perceções que é tida. Mas eu continuo a dizer, dá a impressão que andamos sempre aqui á volta do mesmo, que é o facto de estarmos sempre centrados naquilo que é o negativo e não valorizarmos e não, ah, reforçarmos. Eu acho que temos de utilizar outro tipo de linguagem e utilizar mesmo nos *mass média* outro tipo de comportamento relativamente à valorização daquilo que é o positivo que existe em Portugal, porque eu não acredito, eu tenho uma visão otimista dos jovens, eu continuo a entender que os jovens têm o maior valor, continuo a entender que os jovens são extremamente capazes, que os jovens são extremamente competentes e, portanto, acredito nesta geração. Ah, e e e, e também acredito que os jovens, até porque é uma das características que se movem por causas, e temos de voltar no fundo a... quer... a permitir que eles se envolvam nas causas, diminuindo-lhes os constrangimentos sociais e académicos que muitas vezes têm... porque têm muitos problemas também. Têm o problema do percurso académico, têm o problema do ingresso no mercado de trabalho, ah, lutam com uma série de constrangimentos, que muitas vezes os inibem, ah... os inibem da participação, da participação cívica, agora não... eu não tenho esta visão tão negativa, eu também não sei se os *mass média*, se calhar eu própria estou a ter uma conceção negativa dos *mass média*. Se calhar também tem a ver com a minha... com a minha conceção, eu não queria estar a pensar aqui em... em... ah... eu lembrei-me de repente do Correio da Manhã, e esta parte é para ficar em *off*, ahahaah! Porque eu só vejo aspetos... dá a impressão que vamos buscar o crime, vamos buscar tudo aquilo de mais

destrutivo e que mais negativo existe, quer no contexto da política quer noutros, ah, e é isto que apresentamos e estamos focados nisto.

Carla – No entanto isso é o que está em maior crescimento...

Gabriela – Está em crescimento porque provavelmente é o que causa audiência. É o que promove a audiência. E também não se percebe muito bem o negativismo das pessoas, embora eu entenda que nos últimos anos, não querendo eu ser de facto ser ciosa, mas as pessoas são mais descontraídas. Eu acho que esta... eu acho que os... o novo governo, com a devolução dos rendimentos às famílias, ah, trouxe mais esperança para Portugal e para os portugueses e eu entendo que as pessoas vivem se calhar de forma mais positiva e mais descontraída do que aconteceu nos tais passados quatro ou cinco anos no tempo da tal crise, onde no fundo o investimento, houve... onde houve uma grande falta de investimento nas pessoas, ah, e dá-me ideia que nós de forma progressiva também vamos conseguir, ah, mudar também algumas concepções que temos porque dá-me ideia que também sobre esse ponto de vista, começa a haver aqui alguns sinais mais positivos do que é a vida em Portugal, do que é a vida na Europa, que também se prende com as perspetivas políticas subjacentes no fundo da ação governativa. Eu tenho uma leitura mais positiva porque entendo mesmo que as pessoas são mais descontraídas, ah, e sinto isso no dia-a-dia, sinto isso nos serviços, sinto isso com o contacto com as pessoas porque contacto com muita gente e, portanto, estou também numa posição de esperança, quer relativa aos jovens, quer relativa também às pessoas mais velhas e aos próprios meios de comunicação social.

Carla – E agora relativamente a esta abordagem a... aos cidadãos, neste caso portugueses, ah... temos vindo através dos estudos, do estudo que fiz, ah... tenho vindo a reparar que os temas políticos são abordados de forma muito negativa tanto entre os cidadãos como entre os média e, na sua opinião, quais são os motivos que levam a esta abordagem mais negativa entre a sociedade?

Gabriela – Eu acho que esta imagem que se foi construindo dos políticos e da política que não corresponde de todo à verdade, porque a política é uma arte nobre, ah, e os políticos, genericamente, são pessoas nobres e são pessoas sérias e, portanto, eu ah,

julgo que é esta ideia de que os políticos estão associados a processos de falta de seriedade e de falta de verdade, ah, acho que isto tudo tem penalizado, ah, o envolvimento, acho que isto tudo tem penalizado o envolvimento e no fundo ( ) os cidadãos acabam por ser, ou melhor, os *mass média* acabam por de forma oportunista manipular também a opinião dos cidadãos, e muitas vezes os próprios partidos acabam, na minha ótica, por reforçar a própria imagem negativa que a sociedade já tem dos políticos e da política. Eu vou dar aqui um exemplo: existe um enquadramento legislativo que diz que um político em exercício de funções não pode receber prendas com valor superior a x euros, que é um valor irrisório. Eu não sei até que ponto, e até foi um documento produzido ou proposto pelo meu partido, eu não sei até que ponto concordo com este tipo de iniciativa. Porque estas iniciativas acabam por apontar uma necessidade de quase fiscalização e de controlo sobre a própria ação política. E numa visão mais positiva que eu tenho seriedade das pessoas, porque eu presumo e existem em todos os quadrantes profissionais, pessoas mais sérias e pessoas menos sérias, pessoas corruptas e pessoas não corruptas. Eu tenho uma visão positiva das pessoas, e tendo uma visão positiva das pessoas, entendo que não há mais situações de corrupção da política do que noutras atividades profissionais e por isso é que eu digo que muitas vezes as próprias pessoas e os próprios políticos que acabam através das diferentes iniciativas e dos discursos, por passar aqui alguma suspeição. De forma oportunista os *mass média* aproveitam estas, ah, estas... ah, situações, e aproveitam estas mensagens populistas, que para mim não são mais do que mensagens populistas, para as passarem ao cidadão de forma mais incauta, as vai absorvendo e as vai interiorizando, e as vai assumindo como verdades. E, portanto, eu não tenho, eu acho que se passa um pouco isto, é uma relação um pouco perversa, acho que há uma exploração grande do populismo, ah, e eu acho que a seriedade democrática não pode passar por uma visão assim. Uma visão tão negativa e tão oportunista.

Carla – E agora relativamente a este tipo de abordagem mais, mais negativa, na sua opinião considera que este tipo de negativismo poderá levar a um afastamento dos jovens na participação política?

Gabriela – Um julgo que tem levado. Por isso é que os próprios *mass média* têm de ser bem regulados, tem que haver uma regulação forte, porque os *mass média* têm que

fazer serviço público, ah, e dá-me ideia que muitas vezes não é feito serviço público, ah, transparente e o verdadeiro serviço público. Eu falei do Correio da Manhã e podia se calhar ter falado de outras, não tenho nada em concreto, não me revejo na forma de atuação, no entanto não tenho nada em concreto para, relativamente a este, a esta, a estes órgãos. De qualquer maneira, eu julgo que afastam mesmo pela descridibilização, porque muitas vezes aos jovens é fácil absorverem algumas conceções pré-feitas, ah, e é fácil aderirem a algumas conceções pré-feitas que os vão afastando em massa da intervenção. Agora eu acho que este papel vem muito das famílias, estou a ser redundante, vem muito das famílias e vem muito da escola, dos próprios professores e dos pais lutarmos um pouco e fazermos ver, ah, que efetivamente as coisas não são, não são assim. Tem que se trabalhar de forma positiva a cidadania, tem de se valorizar a cidadania e os valores. Eu acho que a escola, a autonomia das escolas, ah, é importante nesse sentido para que consigamos todos e os pais, o facto de os pais andarem muito eluídos com as suas questões profissionais, esta quantidade de informação, esta quantidade de *inputs*, que faz muitas vezes com que as pessoas não reflitam e não tenham tempo, não tenham tempo para parar sobre uma série de, para refletir sobre uma série de matérias... nós vamos ter que parar. Vai chegar um dia em que vamos ter que parar porque eu vejo de facto cada vez menos, ah, participação e cada vez mais, ah... um desvio claro cada vez maior da maior parte dos jovens daquilo que é o público e as causas públicas. E é uma pena porque nós temos de facto grandes referências a nível nacional que nos têm mostrado o contrário e que nos têm mostrado, no fundo, o caminho dos direitos humanos, o caminho da participação e a importância da participação enquanto valor da nossa sociedade.

Carla – Sim. Ah... e na sua opinião, o que acha que poderá levar então esta geração jovem a uma aproximação política e á procura pela participação? E tendo em conta isto, se considera a participação jovem um fator importante para o desenvolvimento do país?

Gabriela – É um fator fundamental! É dos fatores mais fundamentais o envolvimento dos jovens nas ações e as iniciativas têm de ser estimuladas, tem de haver iniciativas de estimulação que passem pela educação e pela ciência, tem de haver medidas de estimulação da participação, do envolvimento. Como eu digo, se calhar temos de sair mesmo ao nível das universidades, das escolas, temos de sair do reduto da transmissão de

conhecimentos para passar para uma visão muito mais transversal daquilo que é educar, daquilo que é a participação e daquilo que é o civismo, daquilo que são os valores e dos princípios que nos devem reger. Ah... acho que isto é um trabalho de todos, é um trabalho do governo, é um trabalho da sociedade civil, é um trabalho de de, no fundo de mudança de mentalidades, é um trabalho dos *mass média*... acho que não podemos atribuir responsabilidade apenas a uma, a uma... a uma variável, mas nós todos em conjunto temos de lutar, e nós enquanto cidadãos individualmente temos que nos responsabilizar. Tenho eu, tens tu, todos nós enquanto cidadãos temos responsabilidade também para provocar a participação naqueles que são os nossos pares, nos grupos onde estamos inseridos, para refletir sobre as causas que são as causas de todos, e as causas de sustentabilidade no fundo do próprio Portugal e do próprio mundo. A diferentes níveis, ao nível do ambiente, ao nível da política, da solidariedade com os mais idosos, a diferentes níveis. Mas é um trabalho de todos... é um trabalho de todos que não têm, obviamente que se calhar quem está em lugares de maior decisão tem responsabilidades acrescidas, ah, porque há responsabilidades daquilo que tem sido feito, por exemplo, da matéria de igualdade de oportunidades, e agora puxando aqui no fundo, ah, muitas vezes é a própria legislação são os próprios compromissos legislativos que fazem com que existam alterações que depois, alterações de comportamentos e de mentalidades e, portanto, quem decide mas quem não decide, e o cidadão comum tem responsabilidade nestas matérias.

Carla – Ou seja, então esta aproximação política por parte dos jovens passa maioritariamente pela própria sociedade.

Gabriela – Passa pela sociedade, para por quem nos dirige também, como eu digo, pelo estímulo, pelo investimento, pelo investimento quer financeiro quer de recursos em ações de participação e de valorização pela participação, mas passa grande parte por todos nós. Pelas famílias, pelas escolas, como te estava a dizer, por mim, por ti, pela minha filha quando participa. Eu ontem estava-lhe a dizer que achava que estava na hora de ela se envolver em ações de voluntariado, que estava na hora de ela, eu estive a falar com alguém da amnistia internacional, que estava na hora de ela própria se envolver em ações deste género. E, portanto, eu tenho a consciência de eu, eu não sou melhor mãe do que são as

outras mães, como é evidente, mas tenho consciência que o facto de eu valorizar determinadas áreas, nomeadamente a área social, e ter preocupações de cidadania e de participação, que vai fazer com que ela própria as tenha porque vai ser estimulada e por isso é que eu digo que a sociedade em geral tem que ter um comportamento de participação. E um comportamento solidário, porque cada vez somos mais egoístas todos e menos cooperantes uns com os outros. Temos de ser nós a dar o exemplo, e as escolas também. Os governos, naturalmente.

Carla – Exatamente. Ah, agora relativamente a esta questão da... da informação, ah, atualmente os meios de comunicação social têm vindo a ser colocados de fora no que toca à obtenção de informação por parte do público jovem.

Gabriela – Que toca a...? Peço desculpa, não percebi.

Carla – Ou seja, público jovem não tem procurado os meios de comunicação social para obter informação...

Gabriela – Não. Não procura, não...

Carla – Exatamente. Na sua opinião, quais são os fatores importantes a aplicar, ou a mudar, para que esta geração opte de novo pelos média?

Gabriela – Pois, é uma chatice porque eles passam a vida nos *tablets*, nos computadores e nas redes sociais e efetivamente aquilo que é a leitura, os livros perderam o impacto que tinham, os meios de comunicação, os jornais, não é fácil de ver um miúdo a ver ou a ler um jornal, não é fácil de ver um miúdo a ver um telejornal ou algum tipo de reportagem, agora se calhar os próprios média têm que se ajustar a esta evolução, ah, porque estamos num mundo que é diferente do meu mundo, do mundo em que eu vivi quando era adolescente. Porque a informação passa tão rápido e a imprevisibilidade e a multidiversidade de informação é tão célebre, que tem necessariamente de haver um ajuste aqui no tipo de comunicação que é feita. A própria comunicação dos *mass média* tem de ser alterada e tem de se ajustar para conseguir capitalizar junto dos mais jovens e mais novos e passar a mensagem. Eu não conheço bem as técnicas de comunicação e, portanto, eu não conheço bem o funcionamento dos *mass média*, mas eu sei naturalmente que tem de haver aqui um ajustamento para que as formas de comunicação correspondam

mais às necessidades que são as necessidades dos jovens que são... que são invadidos por imensa informação e que muitas vezes que tem uma atenção tão tão tão dispersa que tem de haver aqui uma, se calhar tem de haver aqui um reformular do próprio paradigma dos meios de comunicação social que vá de encontro a estas novas necessidades dos jovens para também no fundo os conseguirmos cativar.

Carla – Talvez um aproveitamento se calhar desta... desta nova geração de informação de redes sociais?

Gabriela – Exatamente. Por exemplo. Por exemplo... eu ontem vi, e se calhar já não fará parte daqui da entrevista, eu estive numa, ontem ou anteontem, estive aqui numa, num seminário com a CIDE e com os, com os onde estavam também representados aqui os municípios do Alto Tâmega, ah, e estavam a fazer uma intervenção direcionada precisamente para os jovens e para a informação para os jovens, e achei extremamente curioso porque havia... e estávamos a falar da questão do empreendedorismo aqui no Alto Tâmega, que somos uma zona despovoada e precisamos de reter aqui pessoas e criar aqui emprego para que consigamos desenvolver o nosso território, porque o nosso território está extremamente envelhecido, temos uma indústria incipiente, temos uma agricultura familiar e, portanto, estamos aqui com dificuldades de fixação de população. Eu achei extremamente curioso porque as intervenções dos jovens foram todas no sentido de dizer, houve uma associação de desenvolvimento local que falou, e que disse que havia uma série de programas de criação de emprego, de apoios, de apoios ao empreendedorismo, e achei extremamente curioso os jovens dizerem: *“ah, mas vocês devem estar fechados no vosso gabinete porque nós não conseguimos obter informação”*. E achei interessante porque pensei: *“quer dizer, como é que é possível pessoas que estão sistematicamente nas redes sociais não colocarem no Google, ah, medidas de empreendimento ou para empreendedores no Alto Tâmega”*. Ah, acho também que há aqui, ah... ainda não percebi muito bem o quê, mas fiquei surpreendida porque jovens que estão tão habituados à internet, e na internet existem todas as ofertas possíveis, inclusivamente as que são promovidas no Alto Tâmega pelos diferentes organismos, e achei extraordinário, fiquei surpreendida como é que os próprios jovens dizem que não têm acesso à informação, apesar de estar tudo na internet. Portanto, há aqui uma... uma

contrariedade também que não é muito entendível.

Carla – Ou seja, poderá se calhar também passar por um desinteresse... nesse aspeto?

Gabriela – Sim... talvez um desinteresse, não sei, ou também eu acho que as pessoas estão muito habituadas, parece-me a mim, também que estão... estão muito habituadas a que as resoluções ou que a informação chegue também com uma facilidade extrema e, portanto, também me dá a ideia que há pouca pro-atividade muitas vezes, ah, porque estão habituados a que tudo chegue e que tudo seja simplificado e... que os esforço também não seja muito. É a perceção com que eu fico. Claro que há algumas franjas de jovens, nós temos uma série de jovens que estão afastados, os jovens *nite* que estão afastados das escolas, que estão afastados do mercado de trabalho, que estão escondidos e que tentamos encontrar e que tentamos ir buscar. E efetivamente..., mas efetivamente ainda existe uma franja muito grande de jovens que estão completamente afastados deste mundo todo e que importa ir buscar porque são válidos certamente. Ah, agora fico surpreendida com esta, no fundo, com esta contrariedade de haver tanta informação e de ao mesmo tempo haver a queixa de que a informação não chega. Não há aqui uma... há aqui uma dualidade que eu ainda não compreendi muito bem. Ahah.

Carla – Isso... já era possível fazer uma outra tese, ahahah, só acerca dessa questão!

Gabriela – É verdade! É verdade! Eu acho que fui um pouco redundante nas respostas que fui dando, porque foram passando todas se calhar por... por, pelas... pelas mesmas dimensões, mas...

Carla – Não, ah, apesar de... apesar de tudo, foi de encontro àquilo que eu necessitava...

Gabriela – Foi?

Carla – E, por último, tenho aqui uma última questão para si...

Gabriela – Sim, sim...

Carla – Considera que os média poderão produzir efeitos positivos nos jovens? E o que recomendaria para uma possível melhoria desta situação?



Gabriela – É assim... tem de produzir efeitos positivos. Eu sou otimista e, portanto, acredito que os média podem e devem produzir efeitos positivos. Eu julgo que a apresentação e o foco na intervenção positiva dos jovens e daquilo que de bom os jovens fazem era prioritário. O facto de fazerem um serviço público sério, credibilizando a intervenção séria, eu acho que é pertinente, porque as suspeições de sistematicamente se levantam relativamente a algumas questões muitas vezes minoram e não ajudam nada a, no fundo, à credibilização da própria participação e do próprio civismo. E importaria haver uma linguagem positiva relativamente aos jovens, àquilo que eles fazem e às competências que têm e à importância que têm. Ah... como digo, tem necessariamente que haver aqui algumas alterações, se calhar de estratégia, ah, dos próprios *mass média* para se ajustarem um pouco a estas novas necessidades, as estas novas realidades que não são as do meu tempo.

Carla – E que alterações considera serem assim mais importantes para que a situação possa ser melhorada?

Gabriela – Como eu digo, é essa questão das redes sociais, eu acho que se calhar vamos ter que passar bastante, bastante pelas redes sociais, parece-me a mim. Ah, acho também, peso embora eu também, e já disse anteriormente, peso embora também que as próprias escolas e os próprios pais tenham de fazer o sentido, outra, outra, uma inversão aqui de sentido e de aproximação. Mas eu julgo que a linguagem, o facto de serem transmitidos e de serem valorizados, do papel dos jovens ser valorizado, não aparecerem sempre os jovens que fazem delitos, que cometem os delitos, os jovens que cometem as infrações, o facto de pegarem em aspetos positivos, em contributos positivos dos jovens, eu acho que isto tem de ser divulgado. Tem de ser divulgado e tem de ser percebido. E depois, como digo, se calhar talvez, ah, ah, ah... os programas mais atrativos e que correspondam mais às expectativas, avaliando mais as expectativas dos jovens face aos média, porque eu também não sei se há muito conhecimento, não conheço a área, se há muito conhecimento daquilo que, das expectativas que os jovens têm relativamente aos *mass média*. Eu não sei se existe muita informação sobre isto, mas eu acho que tem de existir também, tem de se perceber o quê que os jovens, qual é a conceção que os jovens têm, a conceção implícita que os jovens têm, acerca daquilo que deve ser a informação

dos *mass média*, ou o que devem ser os *mass média*. Eu acho que também é importante, que deveria de passar um pouco por aí.

Carla – Tanto dos jovens, como dos cidadãos em geral...

Gabriela – Dos cidadãos em geral, mas estamos a falar em particular dos jovens. Eu, eu não tenho matéria nem tenho conhecimento suficiente para, mas o entendimento que eu tenho é: uma aposta naquilo que é o positivo, naquilo que se valor fazem os jovens, um estudo concreto daquilo que as pessoas esperam dos próprios *mass média* acho que seria importante, e ter uma visão de serviço público que muitas vezes não é tido.

Carla – Ok. Ou seja, então é necessário todo um aprofundamento... relativamente àquilo que os jovens consomem...

Gabriela – Exatamente! E aquilo que esperam também! E não perdendo, obviamente, de vista aquilo que eu disse anteriormente: que é um serviço público que os meios de comunicação social têm, e que é fundamental não desvirtuar também.

Carla – Ou seja, aproveitar o chamado quarto poder, como eram designados antes...

Gabriela – Exatamente! Exatamente! E é o quarto poder. Porque os meios de comunicação condicionam muitas vezes formas de ser, formas de estar, as intervenções, etc. E o quarto poder tem de ser o quarto poder positivo, porque nós temos de ter sociedades positivas porque problemas já temos todos muitos e, portanto, temos de estar todos embebidos num espírito de participação e de cidadania, que deve ser operado, obviamente, pelos *mass média*.

Carla – Exatamente... ora, muito, muito obrigada, ah, pela sua ajuda. Deu-me informação muito boa para aquilo que eu procurava.

Gabriela – Ahaha, não tenho esse entendimento! Ahahah!

Carla – Ahahaha!

Gabriela – Porque estive a responder de forma perfeitamente intuitiva e sem qualquer sustentação científica ou formal, portanto é aquilo que eu entendo.

Carla – Tem a sua experiencia e... a sua área e o seu envolvimento político e era,

era precisamente isso que eu procurava. E só com isso já me conseguiu ajudar muito, ah, mesmo muito, e só tenho a agradecer uma vez mais.

Gabriela – Obrigada eu porque me pôs aqui a refletir sobre estas temáticas e vou falar sobre elas!

Carla – Ahaha! Um dia...

Gabriela – Quando terminares a tua tese, tenho de, temos de arranjar aqui uma forma de poderes fazer aqui uma apresentação comigo acerca destas matérias e junto dos jovens. É um desafio que eu te vou lançar aqui.

Carla – Teria... teria todo o gosto!

Gabriela – Vamos fazer este desafio. Lanço-te aqui para depois quando terminares, quando defenderes, quanto tiveres os teus resultados, poderes vir aqui, e pode ser até no quadro deste serviço, porque eu entendo também que o nosso serviço, a nossa atividade profissional tem de ter um cariz de cidadania e, portanto, vou-te fazer este desafio para falarmos aqui com os jovens, que estão aqui neste centro, para falarmos com os jovens sobre a importância da participação. E... no fundo, sobre a influencia que os *mass média* têm na participação ou no afastamento dos jovens.

Carla – Claro que sim... e... será com todo o gosto e este meu interesse não irá terminar, este meu interesse não termina com a minha dissertação.

Gabriela – Muitos parabéns então e muitas felicidades para ti!

Carla – Muito obrigada!